

Pismo naukowe. Komunikacja i nauki o mediach.
Journal of communication and media science

ISSN 2545-2320



MEDIA I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA



Polskie Towarzystwo
Komunikacji Społecznej

ISSN 2545-2320

www.compress.edu.pl

www.facebook.com/com.press.uj

RADA NAUKOWA

dr hab. Agnieszka Hess

Uniwersytet Jagielloński

dr hab. Małgorzata Adamik-Szysiak

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

dr hab. Tomasz Gackowski

Uniwersytet Warszawski

dr hab. Katarzyna Kopecka-Piech

Uniwersytet Wrocławski

dr hab. Małgorzata Łosiewicz

Uniwersytet Gdański

dr hab. Marek Mazur

Uniwersytet Śląski

dr Katarzyna Drąg

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

dr Joanna Kędra

Postdoctoral Researcher, Department of Language and Communication Studies, University of Jyväskylä

dr hab. Szymon Ossowski

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

dr Michal Vít

EUROPEUM Institute for European Policy

dr Mathias Weber

Johannes Gutenberg University Mainz

REDAKCJA

Michał Bukowski (redaktor naczelny)

Krzysztof Marcinkiewicz (sekretarz redakcji)

Paweł Nowak (redaktor techniczny)

Wioletta Klytta

Katarzyna Lorenc

Jagoda Mytych

Anna Krzesz

redaktor statystyczny

Patryk Pagacz

adiustacja

Anna Krzesz

skład i projekt okładki

Wydawnictwo ToC

ul. Szaflarska 94, 34-400 Nowy Targ

www.toc-editions.com

adres redakcji

Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej

Uniwersytetu Jagiellońskiego

ul. prof. Stanisława Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków

com.press.uj@gmail.com

www.compress.edu.pl



Polskie Towarzystwo
Komunikacji Społecznej



WYDAWCA

Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej

oraz Instytut Dziennikarstwa, Mediów

i Komunikacji Społecznej

Uniwersytetu Jagiellońskiego

SPIS TREŚCI

Od redakcji

3

Russian Assessments of Anniversary of Hundred Years of the Great October Socialist Revolution

4

Kateryna Savranska

Jagiellonian University

Gatunki dziennikarskie

w anarchopunkowym zinnie „Chaos w mojej głowie” (badania wstępne)

20

Oliwia Kopcik

Uniwersytet Jagielloński

Skutki mediatyzacji i celebrytyzacji w mediach i społeczeństwie

40

Krzysztof Marcinkiewicz

Uniwersytet Jagielloński

OFMA – mówiąc jednym głosem, możemy więcej

54

Zaangażowanie społeczne na studiach – samorząd i organizacje studenckie

58

Od redakcji

Ostatnią rzeczą, którą mogliby o sobie powiedzieć medioznawcy, jest to, że brakuje im tematów do rozważań i analiz. Współczesny świat zjawisk społecznych, jego przeobrażenia i przewartościowania codziennie stymulują do przemyśleń naukowych. Jest przy tym dobrym zwyczajem, by zachować pewien umiar i dystans w analizie tego, co dostępne tu i teraz. W unikaniu zbyt pochopnych wniosków często pomocne okazuje się przyjęcie optyki historycznej. Z takiego właśnie punktu widzenia patrzy na współczesną Rosję Kateryna Savranska w artykule *Russian Assessments of Anniversary of Hundred Years of the Great October Socialist Revolution*. Autorka analizuje współczesny dyskurs polityczny w Rosji pod kątem tego, jaką funkcję pełni w nim praktyka upamiętniania rewolucji październikowej. Z analizy wyłania się obraz wydarzenia, którego nie sposób wyrugować z pamięci społecznej, ale jego instrumentalne wykorzystanie w celach politycznych może przynieść tyleż korzyści, co strat. W obliczu niepewności receptą elit, mediów i całego społeczeństwa staje się trwanie i wyczekiwanie.

Oliwia Kopcik przedstawia raport wstępny z badań nad gatunkami dziennikarskimi w anarchopunkowym zinnie „Chaos w mojej głowie”. Ona także korzysta z optyki historycznej, choć w węższym zakresie. Artykuł przedstawia wyniki analizy empirycznej przeprowadzonej na pokaznym materiale prasowym z lat 1997–2019. Analiza pozwala Autorce przyjrzeć się współczesnej prasie alternatywnej przez pryzmat wiedzy o formach gatunkowych. Kopcik dokumentuje elastyczność i różnorodność w podejściu redakcji do gatunków, interpretując ją m.in. w kategoriach skuteczności strategii zarządzania tego typu czasopismami.

Z szerokiej podstawy teoretycznej korzysta Krzysztof Marcinkiewicz, szukając odpowiedzi na pytanie o charakter związku między mediami, światem polityki i kulturą. Użyta przez Autora teoria mediatyzacji pozwala nakreślić model, w którym to media poniekąd wymuszają na politykach zachowania bliższe zwyczajom show-biznesu niż tradycyjnej rywalizacji partyjno-programowej. Ten model celebrytyzacji polityki Autor poddaje analizie empirycznej z wykorzystaniem badań ankietowych.

W numerze publikujemy także dwa artykuły o charakterze popularyzatorskim. W tekstach Michała Polaka oraz Bartłomieja Majewskiego zostały przedstawione wybrane aspekty działalności Ogólnopolskiego Forum Mediów Akademickich (OFMA).

► **Kateryna Savranska** – Doctoral candidate of Jagiellonian University, Faculty of Management and Social Communication

► **ORCID: 0000-0003-0778-8673**

Russian Assessments of Anniversary of Hundred Years of the Great October Socialist Revolution

Kateryna Savranska

ksavranska@gmail.com

JAGIELLONIAN UNIVERSITY

ABSTRACT

The purpose of this article is to consider the official discourse of politics of memory in contemporary Russia regarding commemoration of the October revolution. Since the issue caused serious discussions about the value attitude to the Soviet past in Russian society this article addresses the analysis of how the October Revolution is remembered in today's Russia and what it symbolizes from the viewpoint of such selected actors as politicians, citizens and media.

KEY WORDS: RUSSIA, POLITICS OF MEMORY, ANNIVERSARY OF GREAT OCTOBER SOCIAL REVOLUTION

STRESZCZENIE

Niniejszy artykuł ma na celu przedstawienie oficjalnego dyskursu dotyczącego polityki pamięci we współczesnej Rosji w odniesieniu do upamiętnienia rewolucji październikowej. Kwestia ta wywołała poważne dyskusje na temat pojmowania wartości w odniesieniu do radzieckiej przeszłości w rosyjskim społeczeństwie, dlatego w tym artykule proponuje się rozważyć, jak rewolucja październikowa jest pamiętana w dzisiejszej Rosji i co symbolizuje z punktu widzenia takich aktorów, jak politycy, obywatele i media.

SŁOWA KLUCZOWE: ROSJA, POLITYKA PAMIĘCI, ROCZNICA REWOLUCJI PAŹDZIERNIKOWEJ

INTRODUCTION

Common picture of the past is one of the main pillars of the identity of modern society. Politics of memory cannot exist without efficient communication between state and society as the attitude to some historical moments substantially depends on actual political discourse in a country. However, the subject of politics is not the past itself, but social beliefs about the past based on so-called collective memory – “socially shared cultural knowledge of the past, which is formed on different sources and is characterized by fundamental incompleteness and selectivity” (Efremova & Malinova, 2018, p. 116). Thus, the picture about a specific event is possible to be distorted by simplifications and emotional factors with a view to facilitate its perception by the group members as something “obvious”. It is worth bearing in mind that the collective past may be affected by certain interpretations. The elites often tend to pursue the objectives goals not necessarily forming a specific concept of the past: they might seek to legitimize their own power, justify their decisions or influence values, attitudes, beliefs and behaviors of the society (ibid., p. 117). It is therefore appropriate to conclude that politics of memory is directed at the present and future, serving as an attribute of social influence by means of forming cultural infrastructure, educational policy and legislative regulation.

According to historian Peter Carrier (1996, p. 435) “commemorations, whether occurring „naturally” after a predictable lapse of time, or else organized in order to diffuse and implant a specific interpretation of the past” basing on “elements of both the original event and the new context within which the commemorative „event” takes place”. Therefore, commemoration activities in terms of collective memory concept may serve as a pretext for political use of the past and have different interpretations in the context of the current political agenda (Efremova & Malinova, 2018, p. 119). The process of selection of what is to be remembered and forgotten is important in this regard. Remembrance refers to what is essential in retrospect, whereas forgetfulness – to what appears to be no longer useful details. A case in point might be not merely historical facts, but also emotional connection to them, where any mismatch can be the basis for conflicts of “memory”. Sociologist Iwona Irwin-Zarecka (1994, p. 90) shares these views stating that remembrance might have its own infrastructure: “parts of it might be continuously in use, while other parts remain unattended for long stretches of time”. Monuments, museums, holidays, literature and arts may exemplify the infrastructure serving as a symbolic source, which meaning often changes over time.

Particular attention should be given to commemoration practices such as important dates on the calendar – holidays or anniversaries. Their standardization and repeatability may be considered as a reliable socialization tool. However, it requires updating with time, for younger generation needs new cultural representations to form an emotional bond to the past (Ensink, 2003, pp. 10–11). By way of instance, commemoration of historical events also needs proper media coverage to transfer historical knowledge and collective memory. It is worth recalling that although media might be an important attribute of shaping picture of the past, they may omit some details and/or present different elements of history from a certain perspective. This may influence the way of perception of the present and future about history, identity and memory by the citizens (Bałdys & Piątek, 2016, pp. 67–68). It should be noted, however, that the process of recreating an objective picture of the events of that time in its entirety is complex, for its presentation consists of many factors, which are subject to shifts in interpretations by different actors. Thus, drawing on theoretical framework, in this article it is supposed to consider how the October Revolution is remembered in today's Russia and what it symbolizes from the viewpoint of such selected actors as politicians, citizens and media. The method of secondary data analysis was chosen for the purposes of framing the official Russian discourse of politics of memory and public opinion regarding the anniversary of the revolution. Presentation of Russian media discourse in the context of the October revolution was based on secondary analysis of the “Center for Russian Political Culture Studies” report discussing the results of media monitoring. Moreover, the study was conducted on the basis of a content analysis of the narratives appeared in the evening news program “Vremya” on the main Federal channel “Pervyy kanal” on the day of the celebration the anniversary of the October Revolution (November 7, 2017). The analysis was based on the following questions: Total duration of the program? Duration of the narratives regarding the revolution and the 1941 parade? How the revolution and the 1941 parade were presented? The data was coded and assessed in accordance with the needs of categorizing the answers. Research results are described in the following sections.

GREAT OCTOBER SOCIAL REVOLUTION: CHANGING PERSPECTIVES

Numerous issues appeared in connection with commemoration of the 100th anniversary of the October Revolution. Before considering the contemporary understanding of the event, it is necessary to give a quick overview of changing perspectives of its perception from the moment of its inclusion in the Soviet history.

The October Revolution is known to be an armed insurgency started in Petrograd (St. Petersburg) in 1917 on November 7 (October 25)¹ that brought Bolshevik Party to power. This date turned into an official state holiday in 1918. Its commemoration became a military parade gradually growing into the main holiday of the USSR. However, it was relevant only in terms of historical context that was political in nature: the holiday may have emphasized the significance of new political order being a consequence of revolutionary events (Anikin, 2014, p. 140). Until the end of Stalin's regime, the October revolution served as a general myth about genesis of the USSR where prerevolutionary past turned into the prehistory of the rebellion.

A political discourse in terms of politics of memory has been changing in 1950–1980s in the USSR. In this period, one could observe a process of romanticization of the 1917 event by politicians: it was “glorified as a Leninist project of ‘genuine’ communism, from which Stalin allegedly retreated, defaming the revolution with bloody and unreasonable violence” (Narskiy, 2017, p. 79). At the same time, the Victory over Fascism of the Soviet Union served as a justification for the time of Stalin's terror. After the collapse of the USSR there was a redefining of the revolution several times in the 1990s and 2000s. Igor Narskiy (2017) argues that “the October Revolution for the first time officially fell into the shadow of war, when November 7 was declared the Day of Military Glory in 1995”. The holiday itself may have become mourning for all victims of the civil war. However, since it is possible to consider the revolution from different perspectives, a question may have risen here: how do different actors understand this event in contemporary Russia in terms of the 100th anniversary of the October events in 2017?

CONTEMPORARY POLITICAL DISCOURSE

Authorities' interpretation of history has always played one of the most important roles in society's self-determination and self-identification. October Social Revolution was celebrated every year on November 7 in the Soviet Union. “The education of Soviet citizens was based on the fact that due to October they live in a completely new type of state” (Saprykina, 2016, p. 63). However, after the dissolution of the USSR Russia experienced changes of emphasis and restructuring of strategic approach in official Russian discourse related to the anniversary of the October revolution (Kochneva & Fredovna, p. 18).

During post-soviet period, the authorities have been committing to the policy of desovietization “aimed at displacement of high meanings of “November

¹ The first date is based on the Julian calendar, whereas the second – on the Gregorian one.

7” from collective memory of Russians” (ibid.). In 1991 common parades and demonstrations were cancelled in relation to changes in the political situation that entailed transformation of symbolic discourse. In 1992 the government decided to reduce number of days off (one on November 7 instead of two on November 7–8) devoting to the memory of the revolution. Until 1995 the holiday used to be called as “The day of 1917 October Revolution” (*O dnyakh voinskoy slavy i pamyatnykh datakh Rossii*, 1995), however, in 1996 in accordance with the Presidential decree No. 1537 “About the day of concord and reconciliation” it was claimed that “1917 October Revolution radically influenced the fate of our country. In an effort to continue to prevent confrontation, in order to unite and consolidate Russian society, I decide: 1. To declare a holiday on November 7 as The Day of Consent and Reconciliation. 2. To declare 1997 to be the year of the 80th anniversary of the October Revolution, the Year of Concord and Reconciliation” (*O dne soglasiya i primireniya*, 1996).

In 2004 Presidential decree renamed the holiday to “The day of the military parade on the Red Square in Moscow to commemorate the twenty-fourth anniversary of the Great October Socialist Revolution (1941)” (*O vnesenii izmeneniy v statyu 1 FZ № 32...*, 2004). However, since 2005 one has been able to observe new shifts in interpretations of November 7. A newly established holiday – the Day of National Unity – is celebrated in Russia now every year on November 4 (see: *Russkiye prazdniki...*). It is worth noting that the parade itself was held for the first time in 1941. Further celebration was more likely related to the memory of the Great Patriotic War, but not to the revolutionary events. In 2011, there was a reconstruction of the military “parade 1941” on the Red Square, with the Red Army regiments marching directly to the front (*Anniversary of Russia's...*, 2014). The date of 1941 emphasized the importance of the holiday according to the speeches of politicians and official statements (Anikin, 2014). However, the parade was put into the context of the battle near Moscow as the beginning of the Nazi invaders’ defeat. Thus, one can observe the substitution of symbols, where the memorial itself becomes the source of commemoration. Notably, position of the authorities is influenced by “overcoming the social-class and political-party approaches practiced in Soviet historiography in assessing the historical significance of the October Revolution” (Kochneva & Fredovna, p. 19), because it may have bad effects (like radicalization and split) on contemporary Russian society.

On the threshold of anniversary, the discourse of revolution’s commemoration was reserved and could be defined as “quiet” without any official celebrations at a high political level and festivities (ibid., p. 20). For instance,

the Press Secretary of the President Dmitriy Peskov questioned the need for its celebration (*A zachem eto prazdnovat*, 2017). Olga Rusakova and Elena Kochneva supposed it is connected with “the policy of neoliberal part, which pursues a course on desovitization as a strategic approach in politics of memory” (Kochneva & Fredovna, p. 20). Although these ideas are not dominant among the members of parliament, these discourse and intentions deeply influenced elite’s mind, “where the source of the negative that was in the Soviet system is the October revolution” (ibid.).

In 2014 President of Russian Federation Vladimir Putin assessed Bolshevik’s actions very critically during the meeting with history teachers and young scholars: “The period of the civil war is a very difficult test for all of our people, good or bad, but the Bolshevik slogans and posters looked brighter, more concise and acted certainly more efficiently. Among other things, it was still fashionable, because no one wanted the continuation of the war; they were in favor of ending the war. It’s true, they cheated the society. Well, of course, you know: “The land is for the peasants, the factories are for the workers, and peace is for the people!” The peace was not given, because the civil war began, the factories and land were taken away, nationalized, so that a scam” (*Putin rasskazal ob izyashchnom naduvatelstve...*, 2014). Here it is also relevant to pay attention to Putin’s speech to the Federal Assembly in December 2016. It was based on public awareness of the idea of civic concord, reconciliation and national unity: “We need the lessons of history, first of all, for reconciliation, for strengthening the social, political, civil accord that we have been able to achieve today. It is unacceptable to drag splits, anger, resentment and the hardening of the past into our present life, in our own political and other interests to speculate on the tragedies that have touched almost every family in Russia, no matter which side of the barricades our ancestors turned out to be then. Let’s remember: we are one people and we have only one Russia” (*Glava RF poprosil...*, 2016).

Putin also showed his critical attitude towards Vladimir Lenin and his theory of political management in January 2016 during the meeting of the Council for Science and Education: “It is right to control the flow of thought; it’s only necessary so that this thought would lead to the correct results, and not like in the case of Vladimir Ilyich. Ultimately, this thought led to the collapse of the Soviet Union. [...] There were many thoughts: autonomization and so on. They laid an atomic bomb under the building, which is called Russia, and it jerked afterwards. And we did not need a world revolution” (*Putin vyskazalsya o Lenine*, 2016). Later in 2017, Putin claimed during the meeting of the Council for the Development of Civil Society and Human Rights that

he expects “this date will be perceived by the society as summing up the dramatic events that divided the country and the people” (Sinitsyn, 2017).

Considering all above one can see that the October revolution has different assessment of politicians. From the one hand, Russia does not refuse the relevance of the anniversary for Russian people. On the other hand, the state’s authorities define it in quite an abstract way with predominantly negative attitude to some aspects of the event. Certain beliefs are rooted in “modern phobias of the political establishment, which fear of losing legitimacy and power resources in case of “colour revolution” scenario could be implemented in Russia” (Kochneva & Fredovna, p. 23). Prime minister of Russia Dmitriy Medvedev might prove this idea. He mentioned during plenary meeting of the party “United Russia’s” the forum that Russia “don’t need revolutions at all” as they “have already reached our limit in the last century” (Babushkin, 2016).

Since the elites are likely to ignore references about revolutions in Russia, one can suppose that the authorities are trying to avoid every manifestation of rebellion. To complete the picture, it would be useful to pay attention to citizens’ attitude towards the commemoration of the October revolution.

COMMEMORATION OF THE EVENT BY CITIZENS

Understanding of the revolution events of 1917 has no consensus among academic society. Discussions about this issue led scholars to a solution of considering it to be an aggregate of revolution events taking place in February and October till the beginning of the Civil War (*Aleksandr Chubarian – o novom uchebnike istorii...*, 2013). According to the research study by Mariya Dontsova and Irina Tazhidinova (2017) for most Russians the scholar’s solution is not appropriate. Their study is based on student survey (held in 2017 among 17 students of physics and technical faculty and 86 – of history and international relations faculty of Kuban State University) with the purpose of revealing the “state of the historical memory of October 1917, the modern public mood about the revolutionary past of the country” (ibid., p. 16). According to the survey, most of students (76%) named Russian Social Democratic Labour Party as the one who had led the revolution. Its head was called in 85% of cases. Dontsova and Tazhidinova argue that a question about the associates of the leader had more problems. However, students’ choice fell on Trotskiy and Stalin. The authors insist on conscious decision making reflecting on like-mindedness, for Trotskiy was mentioned most frequently. The situation is more complex in case of naming the city, where the event began. Majority of physics and technical faculty students chose Moscow (59%) whereas most of history and international relations faculty students (FHIR) – Petrograd (79%). Ideas of

revolutionaries, according to FHIR students' opinion, underlie the works of Karl Marx in 92%. As for students of physics, K. Marx was mentioned only in 65% of cases. Besides they named Emmanuel Kant (18%), Charles Darwin (6%), while 12% was unsure. With regard to the question about separation of October and February events, the survey shows that students did not always do it: most of them were sure the revolution provided to loss of political power by Nicolas II in autumn 1917. Only 45% of FHIR and 24% of physics gave the right answer, having chosen Provisional Government.

It is worth emphasizing that the authors of the research argue that majority of students learned about the revolution from schools (FHIR – 95% and physics – 82%), universities (34% and 18%) or from artwork (film, literature etc.). Media as a source of the information was not favored among young people (12–28%) that “may indicate either lack of coverage by Russian media of country's revolutionary past or lack of interest among students themselves in such information, even if they are not ignored by the media” (ibid., p. 17). Relatively infrequent source for 30% of FHIR and 15% of physics students were members of the family.

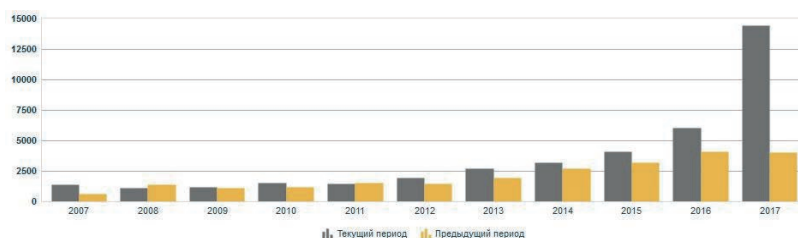
Attitude to the revolutionary events and perception of their connection with the present by today's youth remains either ambiguous or negative. Students described the definition of revolution as “coup d'état” or “changes” (“...of the system” or “...of the State structure”). As the research shows these connotations were associated with mentions of fear, threats, uncertainty or anxiety for the people who had witnessed that period of history. This may explain why most respondents were unable to say what consequences of the event had been for the country. On the other hand 33% of FHIR and 41% of physics students considered the revolution to be “an ambitious social experiment” or “a tragedy of Russia” (33% and 12% respectively). Only minority argued for “a boon to Russia”.

Significance of the revolution is estimated as critical (regression) by 42% of FHIR and 29% of students of physics. However, it was evaluated as positive (progress) by 35% of FHIR and 59% of students of physics. It is worth noting that although absolute majority see the anniversary as unnecessary to celebrate, they are unlikely to bury the holiday into oblivion. Hence, despite “predominantly negative perception of the consequences of the revolution for the development of the country” the young people present no categorical attitude (ibid.). Since the role of media attention was partly mentioned in the research study, it is proposed to consider the Russian media discourse in the context of the commemoration of the October revolution.

MEDIA ABOUT THE REVOLUTION

The topic of the October Revolution did not find popularity with the national media. According to the report of the “Center for Russian Political Culture Studies” (*Spustya sto let...*, 2017) mentions about the revolution in federal media were growing slowly until 2016 (see Pic.1). The sharp increase in media attention to the topic was noticeable from the third quarter of 2016.

Picture 1. The mention of the October revolution in the federal media in 2007–2017.



Source: Center for Russian Political Culture Studies

The greatest number of publications about the oncoming anniversary appeared in 2017. However, the numbers varied each month and mentions regarding the topic were slowly gaining momentum until October (see Pic. 2).

Picture 2. The mention of the October revolution in the federal media in January–October 2017.



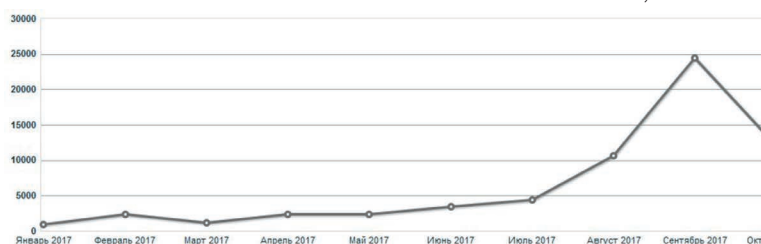
Source: Center for Russian Political Culture Studies

The picture shows that there were 1,240 federal publications during regional elections in August. It was 10–15 percent more than in the previous few months. From September media attention to the commemoration topic increased markedly (and even twice in October). Notwithstanding, a sociological survey in October (based on opinion of 1500 respondents from different regions) noted the trend in low level of public attention to the anniversary of the revolution, for three-fifths of respondents (58 percent) consider that the issue did not have proper media coverage (*ibid.*). Less than a third of Russians (29 percent) stated they had known or had heard about

preparations for the anniversary event. Part of respondents, who were not interested in this topic, was approximately 3 percent. Moreover, the authors of the report point out a correlation between an age cohort and awareness of the event. The level of interest was the lowest among young people aged 25 to 29, whereas it was one third below average in the age group forty and under. The highest rate recorded in the 45–49 and 65–69 age range. The authors further noted that supporters of opposition parties had much higher awareness of the topic than electorate of the ruling party (“United Russia”) or those who vote “against all” or abstain.

According to these figures, it turns out that public attention was not focused on the anniversary of the revolution. This raises the question of what topics dominated the internal media discourse. TV coverage tended to broadcast traditional foreign policy topics including situation in Ukraine, crisis in relations with the West and war in Syria. However, there were shifts in emphasis towards “the scandal around a major failure of the state cultural policy” (ibid.). The film *Matilda* (Uchitel, 2017), dedicated to the 100th anniversary of the October Revolution, was accused of utilizing political campaigning. Instead of proposing deliberation of the cause and historical consequences of the revolution, the vector of public attention was directed to the movie about the romantic relationship between Nikolay Romanov and the ballerina Matilda Kshesinskaya (*Spustya sto let...*, 2017). According to the report, the number of references to the October revolution and *Matilda* was comparable in the beginning of 2017. However, the number of publications about the movie increased rapidly in August (see Pic. 3).

Picture 3. Mentions of the scandal around the film *Matilda* in federal media in January–October 2017.



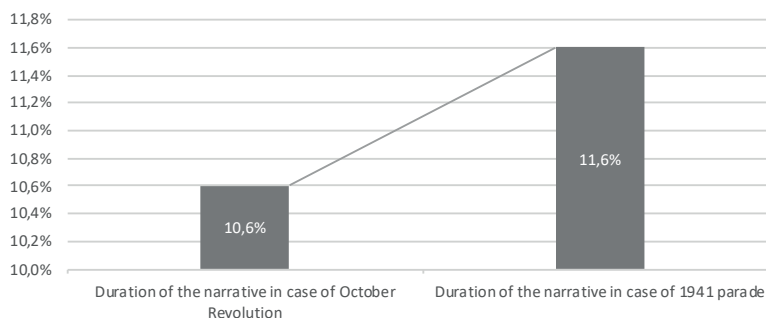
Source: Center for Russian Political Culture Studies

There were ten times fewer mentions about the October revolution than about *Matilda* in media in September 2017. A similar trend was also observed in social networks: public attention to the film decreased, while the interest in the revolution increased. Despite the different dynamics, the number of references to the movie was “more than five times higher than to the October

revolution”. Nevertheless, the media attention was diminishing by the time of the official premiere of the film (October 23). Subsequently, the topic was replaced by the news of the nomination of new presidential candidate in the person of Kseniya Sobchak (ibid.).

No less interesting is media attention on the day of the celebration the anniversary of the October Revolution (November 7, 2017). Since television remains the main source of information in Russia by different estimations (*Kanaly informatsii*, 2018; *Doverayay...*, 2017), it is proposed to consider the narratives appeared in the evening news program “Vremya” on the main Federal channel “Pervyy kanal”. The program showed the news mostly about external policy (e.g. Syria, Ukraine, Vietnam or USA) and/or situation in the world. The Picture 4 presents the share of narratives about both the Revolution and the 1941 parade during the news program’s broadcasting.

Picture 4. Share of the selected narratives on TV program “Vremya”



Source: own elaboration

The entire duration of “Vremya” program on November 7 was about 29 minutes. However, the information about the events demonstrated a low media attention (10–11% or about 3 minutes in average). It may confirm the assumption mentioned previously that the anniversary itself was not relevant for most elites. Communist Party of Russian Federation was the only authority cited by the media: “in honor of 100 years of the October Revolution, the representatives of the Communist Party of the Russian Federation organized a march in the center of Moscow” (“Vremya”, November 7). The leader of the party Gennady Zyuganov claimed that “Aurora’s shot gave all the inhabitants of the planet the point of Marxism-Leninism and the great idea of freedom and happiness that every worker on earth deserves. Any lie, dirt and intrigue trying to silence the great October and turn over his immortal conquests are unworthy of our attention”. The revolution was described as “the main event of the year, if not decades” or “100 years ago

here in the center were the bloody battles of the Bolsheviks” (“Vremya”, November 7). Foreign delegations were mentioned once as “guests from 80 countries”, including those who are from Brazil, Catalonia and Greece.

1941 parade was considered to be a solemn commemoration. The presenter and the journalist described it as “a solemn parade in Moscow in memory of the legendary parade of 1941, whose participants went to defend the capital from the Red Square”, “on the square, grandsons and great-grandchildren of the winners, who left to the front in the autumn of 1941 from the walls of the Kremlin”, “march of holy war” (“Vremya”, November 7). In comparison with the October revolution, parade the 1941 parade was presented as much more significant and positive issue. It is worth noticing that Putin or any other politicians from the government (except left-wing party) have never been mentioned during the narrative about both the Revolution and 1941 parade. Hence, it confirms once again how indifferent the authorities are towards some sites of collective soviet memory.

CONCLUSIONS

Analysis of the official Russian discourse of politics of memory regarding the commemoration of the October revolution showed some results. Russian elites have an ambiguous approach to this historical phenomenon. Contradiction between the historical significance of the October revolution and negative reflection of the authorities towards any revolutions in general. Moreover, they did not manage to offer the society a good definition of contemporary understanding of the issue. “The ‘reconciliation strategy’ has come into conflict with the official negative assessments of the practice of Soviet state-building” (Kochneva & Fredovna, p. 26). Commemoration of the event becomes an instrument for political manipulations in terms of the way of interpretations that are appropriate for the officials. For instance, policy of desovietization was implemented in post-soviet period with the discourse of persuasions that the October revolution contributed to criminal and totalitarian nature of the Soviet regime.

The research study by Mariya Dontsova and Irina Tazhidinova shows that majority of young people see the anniversary as unnecessary to celebrate. However, respondents state that the holiday should not be buried into oblivion. According to the researchers, there is no categorical attitude towards the anniversary, even though the students show “predominantly negative perception of the consequences of the revolution for the development of the country”. Furthermore, public enquiry shows lack of proper media coverage of preparations for the anniversary of the October Revolution.

As an alternative, there were only ‘necessary’ images of official position of elites. Media discourse took the form of silence towards the anniversary or substitution for related topics as distracting campaigns, instead of proposing deliberation of the results, lessons and modern heritage of the October revolution.

ADDITIONAL INFO

The paper was written due to the support of “Program Mentoringowy Forum Młodych Medioznawców i Komunikologów Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej”.

REFERENCES

- O vnesenii izmeneniy v statyu 1 FZ № 32. O dnyakh voinskoy slavy (pobednykh dnyakh) Rossii. Retrieved from: <http://base.garant.ru/12138252> (September 2018).
- Spustya sto let. Nezabytaya revolyutsiya. Otnosheniye rossiyan k Oktyabrskoy revolyutsii. eye deyatelyam i dostizheniyam. Analiticheskiy doklad. (2017, November 3). *Tsentr issledovaniy politicheskoy kultury Rossii*. Retrieved from: <http://cipkr.ru/2017/11/03/spustya-sto-let-nezabytaya-revolyutsiya-otnoshenie-rossiyan-k-oktyabrskoy-revolyutsii-ee-deyatelyam-i-dostizheniyam-analiticheskij-doklad/> (July 2019).
- A zachem eto prazdnovat? Peskov o stoletii Oktyabrskoy revolyutsii. (2017, October 25). Retrieved from: <https://newsland.com/user/4297826898/content/a-zachem-eto-prazdnovatpeskov-o-100-letii-oktiabrskoi-revoliutsii/6051513> (July 2019).
- Aleksandr Chubarian – o novom uchebnike istorii: Samaya slozhnaya problema. s kotoroy my stolknulis. – Sovetskoye obshchestvo. (2013, October 30). Retrieved from: <http://www.nakanune.ru/articles/18265> (July 2019).
- Anikin, D. (2014). Simvolicheskaya borba s sovetskim proshlym: parad v kontekste politiki pamyati. *Vlast*. № 2, pp. 139–142. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/simvolicheskaya-borba-s-sovetskim-proshlym-parad-v-kontekste-politiki-pamyati> (July 2019).
- Anniversary of Russia’s October Revolution in Facts. (2014, November 7). Retrieved from: <https://sputniknews.com/russia/201411071014492334/> (July 2019).

- Babushkin, K. (2016. June 21). Dmitriy Medvedev vystupil s programmym zayavleniyem na Forume «Edinoy Rossii» v Magnitke. Retrieved from: https://www.znak.com/2016-06-21/dmitriy_medvedev_vystupil_s_programmnym_zayavleniem_na_forume_edinoy_rossii_v_magnitke (July 2019).
- Baldys, P., Piątek, K. (2016). Memory politicized. Polish media and politics of memory – case studies. *Media i społeczeństwo*. 6, 64–77.
- Carrier, P. (Spring 1996). Historical Traces of the Present: The Uses of Commemoration. *Historical Reflections/Réflexions Historiques*. 22(2), 431–445.
- Dontsova, M.V., Tazhidinova, I.G. (2017). Oktyabrskaya revolyutsiya 1917 goda v istoricheskom soznanii sovremennoy studencheskoy molodezhi. *Naslediye vekov*. 2, 15–19.
- Efremova, V.N., Malinova, O.Yu. (2018). Kommemoratsii istoricheskikh sobytii i gosudarstvennyye prazdniki kak instrumenty simvolicheskoy politiki. In: V.A. Tishkov. E.A. Pivnevoy (eds.). *Istoricheskaya pamyat i rossiyskaya identichnost*. M.: RAN.
- Ensink, T., Sauer, C. (eds.). (2003). *The Art of Commemoration: Fifty years after the Warsaw Uprising*. Amsterdam: Ebsco Publishing.
- Federalnyy zakon ot 13.03.1995 N 32-FZ. O dnyakh voinskoy slavy i pamyatnykh datakh Rossii. Retrieved from: http://consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5978/247d10b68af90f6af20e0682d454c46231efc7d9/ (September 2018).
- Glava RF poprosil ne spekulirovat na tragicheskikh stranitsakh istorii 2016. (2016, December 1). Retrieved from: <https://www.interfax.ru/russia/539416> (July 2019).
- Irwin-Zarecka, I. (1994). *Frames of Remembrance. The Dynamics of Collective Memory*. New Brunswick etc.: Transaction Pub.
- Kochneva, E., Fredovna, O., (2017) *Otsenki Oktyabrskoy revolyutsii v ofitsialnom diskurse politiki pamyati*. Diskurs Pi. UrO RAN.
- Levada-Center. (2018). Kanaly informatsii. Retrieved from: <https://www.levada.ru/2018/09/13/kanaly-informatsii/> (July 2019).
- Narskiy, I. (2017. October 30). Sto let prevrashcheniy russkoy revolyutsii. *Istoricheskiye Issledovaniya*. 6. Retrieved from: <http://www.historystudies.msu.ru/ojs2/index.php/ISIS/article/view/109/293> (September 2018).

- Putin rasskazal ob izyashchnom naduvatelstve bolshevikov. (2014, November 5). Retrieved from: <https://lenta.ru/news/2014/11/05/bolsheviki/> (July 2019).
- Putin vyskazalsya o Lenine. (2016, January 21). Retrieved from: <https://regnum.ru/news/polit/2060692.html>
- Russkiye prazdniki kak otrazheniye dukha naroda. Retrieved from: <http://www.km.ru/front-projects/russkie-prazdniki-kak-otrazhenie-dukha-naroda/7-noyabrya-datatrebuyushchaya-pereosmy> (July 2019).
- Saprykina, M. i G. (2016). Oktyabrskaya revolyutsiya 1917 g. kak faktor sotsialno-politicheskoy identifikatsii na postsovetskom prostranstve: postanovka problemy. *Nauka. Mysl: elektronnyy periodicheskiy zhurnal*. 8(1), 63–67. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/oktyabrskaya-revolyutsiya-1917-g-kak-faktor-sotsialno-politicheskoy-identifikatsii-na-postsovetskom-prostranstve-postanovka-problemy> (July 2019).
- Sinitsyn, V. (2017. October 30). Data stoletiya Oktyabrskoy revolyutsii stanet podvedeniyem cherty i simvolom vzaimnogo proshcheniya – Putin. Retrieved from: https://tvzvezda.ru/news/vstrane_i_mire/content/201710301629-o6ey.htm (July 2019).
- Uchitel, A., Dostman, A., Vinokur, V., Korotkov, V. (Producers). Uchitel, A. (Director). (2017). *Matilda*. Rossiyskaya Federatsiya: TPO Rok.
- Ukaz Prezidenta RF ot 07.11.1996 № 1537. O dne soglasiya i primireniya. Retrieved from: <http://legalacts.ru/doc/ukaz-prezidenta-rf-ot-07111996-n-1537/> (July 2019).
- Vypusk programmy „Vremya” v 21:00. 7 noyabrya 2017 goda. (2017, November 7). Retrieved from: <https://www.1tv.ru/news/issue/2017-11-07/21:00#> (July 2019).
- WCIOM. (2017). Doveryay. no proveryay! Ili ob osobennostyakh sovremennogo mediapotrebleniya v Rossii. Retrieved from: https://wciom.ru/fileadmin/file/reports_conferences/2017/2017-10-26_smi_abr.pdf (July 2019).

► **Oliwia Kopcik** – Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej, Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie

Gatunki dziennikarskie w anarcho punkowym zinie „Chaos w mojej głowie” (badania wstępne)

JOURNALISTIC GENRES IN ANARCHO PUNK ZINE “CHAOS IN MY HEAD” (PRELIMINARY RESEARCH)

Oliwia Kopcik

oliwia.kopcik77@gmail.com

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI

ABSTRAKT

Celem niniejszego artykułu jest wstępna analiza gatunków dziennikarskich w zinie „Chaos w mojej głowie”. Badania przeprowadzono na próbie pełnej, obejmującej 19 numerów publikowanych w okresie od 1997 do 2019 roku. W toku badań zweryfikowałam, czy używane w zinie gatunki różnią się od ich klasycznej odmiany.

W artykule przedstawiłam krótką charakterystykę zinów oraz ich historię na świecie i w Polsce, a także rys historyczny zina „Chaos w mojej głowie”. W dalszej części opisałam metodę badawczą oraz klucz kategoryzacyjny. Następnie w tekście zawarłam charakterystykę materiału badawczego, czyli wyniki analizy ilościowej oraz porównanie cech klasycznych gatunków dziennikarskich i tych używanych w zinie, wraz z przykładami. Na końcu znalazło się podsumowanie wniosków z analizy oraz proponowane perspektywy badawcze.

SŁOWA KLUCZOWE: PRASA ALTERNATYWNA, ZIN, GATUNKI DZIENNIKARSKIE, FANZINE

ABSTRACT

The purpose of this article is the preliminary analysis of journalistic genres in the zine “Chaos in my head”. The research was carried out on a full sample – it includes 19 issues between 1997 to 2019. In the course of my research, I verified whether the species used in zine differ from their classic variety.

In the article I presented the brief characteristics of zines and their history in the world and in Poland, as well as the historical outline of zine “Chaos in my head”. In the next part I described the research method and the categorization key. Then I included the characteristics of the research material, i.e. the results of quantitative analysis and a comparison of the features of classic journalistic genres and those used in zines, along with examples. Finally, there is a summary of the conclusions of the analysis and proposed research perspectives.

KEYWORDS: ALTERNATIVE PRESS, ZINE, JOURNALISTIC GENRES, FANZINE

„Chaos w mojej głowie” (dalej: „Chaos”) to obecnie jeden z najważniejszych w Polsce fanzinów o tematyce muzycznej. To obszerne pismo, którego numery liczą około 200 stron. Pierwszy numer pojawił się w 1997 roku, a pięć lat później wydawcy zawiesili działalność. „Chaos” został reaktywowany w 2010 roku i ukazuje się do dziś. W odróżnieniu od większości zinów pojawia się regularnie – co pół roku (w czerwcu i grudniu). W „Chaosie” publikowane są materiały publicystyczne nawiązujące do szeroko pojętej kultury alternatywnej. Autorzy w tekstach przedstawiają osoby zaangażowane w tzw. scenę podziemną (*underground*), dla których ideologia punkowa, anarchizm oraz zasada DIY (*do it yourself*) stały się sposobem na życie. W zinnie poruszane są także kwestie społeczne, takie jak problemy mieszkaniowe (bezdromność, *squatting*) i działalność ruchów wolnościowych. Oprócz tego pojawiają się sprawozdania z koncertów czy reportaże z podróży. „Chaos” nie tylko propaguje niezależną scenę muzyczną, ale również informuje o tym, co dzieje się w „podziemnym” środowisku. Taki cel przyświecał twórcom pisma od jego powstania w 1997 roku.

Na podstawie wywiadów przeprowadzonych z redaktorami „Chaosu”: Pawłem „Pablem” Prystupą¹ oraz Jakubem „QbaQ” Kunyszem², literatury przedmiotu oraz kompletu numerów z lat 1997–2019³ wydzieliłam dwa etapy w historii pisma: pierwszy od 1997 do 2001 roku oraz drugi od roku 2010⁴. W dalszej części pracy przedstawię skrótową historię zinów na świecie i w Polsce, rys historyczny „Chaosu w mojej głowie” oraz wstępną analizę używanych w piśmie gatunków dziennikarskich.

Celem niniejszego artykułu⁵ jest analiza różnic pomiędzy klasycznymi gatunkami dziennikarskimi a tymi używanymi w „Chaosie w mojej głowie”. W toku badań zweryfikowałam, czy pomiędzy wymienionymi wyżej przedmiotami analizy występują istotne rozbieżności.

¹ Autoryzowana rozmowa (korespondencja internetowa) z Pawłem „Pablem” Prystupą, 17.03.2019. Zapis rozmowy w archiwum autorki.

² Rozmowa telefoniczna z Jakubem „QbaQ” Kunyszem, 2.05.2019. Notatki z rozmowy w archiwum autorki.

³ W 2010 roku opublikowano także specjalne wydanie ilustrowane, którego nie włączam do analizy, ponieważ składa się wyłącznie z komiksów tworzonych przez „Pabla” na przestrzeni kilkunastu lat (1992–2010).

⁴ Można wyróżnić jeszcze fazę „0”, czyli dokonania zinowe „Pabla” przed powstaniem „Chaosu”. Bardziej szczegółowy opis historii znajduje się w dalszej części pracy.

⁵ Wcześniej powstała wyłącznie jedna praca analizująca zawartość „Chaosu”. Była to praca licencjacka mojego autorstwa pt. *Ewolucja zina Chaos w mojej głowie w latach 1997–2018. Tematy, gatunki, autorzy – próba monografii*, napisana pod opieką dr Edyty Żyrek-Horodyskiej i obroniona w Instytucie Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego.

CO TO JEST ZIN?

Ziny to, podając za Wojciechem Kajtochem:

czasopisma wydawane przez i dla ludzi, którzy ze względu na szczególne zainteresowania lub poglądy (niekojarzone jednak bezpośrednio z religią lub poważnie uprawianą polityką) nie mogą zaspokoić potrzeb komunikacyjnych, korzystając z mediów oficjalnych. [...] Zin zwykle jest: 1) produktem jednego człowieka lub grupki przyjaciół, a nie zespołu połączonych więzami formalnymi, 2) integralny (jego idea przewija się w treściach, grafice [...]), 3) kontestatorski – epatuje i gorszy, 4) niekomercyjny (Kajtoch, 2006, s. 55–56).

Warto zwrócić uwagę na podpunkt 3 powyższej wypowiedzi. Obecnie jest on różnie realizowany, ponieważ wiele ukazujących się zinów nie ma na celu nikogo gorszyć, a raczej pozostawać w opozycji do prasy oficjalnej i przedstawiać tematy, które ze względu na swój charakter nie mogłyby zaistnieć w prasie głównego nurtu. „Pablo” tłumaczy:

Poruszaliśmy w zinie różne treści, prezentowaliśmy nasze ulubione zespoły, zachęcaliśmy ludzi do tworzenia na naszych łamach, do zaprezentowania siebie, pokazania, że można robić coś ciekawego, innego i można to robić bez udziału jakichś elementów nadzoru, zależności finansowej od kogoś, w jakichś konkretnych ramach⁶.

W innym artykule Kajtoch dodaje także podpunkt 5, mówiący o tym, że zin „musi istnieć na papierze, a nie tylko jako strona internetowa” (Kajtoch, 2001, s. 4). Według niego zin papierowy wydawany jest „raz po raz”, strona natomiast jest wydana raz, a w późniejszych fazach jedynie zmienia swój kształt (Kajtoch, 2001, s. 4).

Podstawowy podział zinów tworzy się ze względu na ich zawartość. Włodzimierz Chorążki wymienia trzy kategorie: ziny, fanziny oraz artziny. W zinach publikowane są opiniotwórcze teksty publicystyczno-informacyjne, dotyczące głównie tematów politycznych i społecznych. Druga kategoria – fanziny – to publicystyczne pisma, poświęcone określonej tematyce⁷, kierowane głównie do osób zainteresowanych tą tematyką. Do tych pism

⁶ Rozmowa z Pawłem „Pablem” Prystupą [zapis w archiwum autorki].

⁷ Mogą to być pisma poświęcone na przykład określonemu gatunkowi muzycznemu czy tematyce *science fiction*.

zaliczamy również czasopisma anarchopunkowe, które są połączeniem fanzinów muzycznych i zinów traktujących o kwestiach społecznych. Ostatni segment, czyli artziny, to pisma traktujące o szeroko pojętej sztuce. Stanowią alternatywę dla mód artystycznych promowanych w prasie głównego nurtu. Ten rodzaj najczęściej przypomina dwudziestowieczne pisma dadaistów, między innymi poprzez stosowanie przez twórców takich technik, jak kolaż czy fotomontaż. W tej grupie mieszczą się także ziny komiksowe (Chorążki, 1996, s. 23–24).

Według niektórych badaczy załóżków zinów można doszukiwać się już w XVIII wieku. Właśnie wtedy, wraz z rozwojem prasy drukarskiej, ludzie dostali możliwość wyrażania i rozpowszechniania swoich poglądów poprzez wydawanie niezależnych publikacji na skalę masową. Seth Friedman⁸ w artykule zamieszczonym w amerykańskim tygodniku „Time”, stwierdził, że ziny tworzył już Benjamin Franklin. Odnosi się to do magazynu literackiego, który Franklin dystrybuował wśród pensjonariuszy i personelu szpitala psychiatrycznego w Pensylwanii (Schneck, 2010, s. 14–15). Fred Wright za pierwowzory zinów uważa ulotki tworzone w Stanach Zjednoczonych w czasach rewolucji amerykańskiej (1775–1783) czy rosyjskie podziemne samizdaty. Istotny wpływ na wygląd nowoczesnych zinów miały także pisma wydawane przez dadaistów i futurystów (Wright, 1997).

Początki „prawdziwych zinów” przypadają na lata 20. i 30. XX wieku. To wtedy w Stanach Zjednoczonych powstało środowisko fanów *science fiction*, którego członkowie w 1930 roku wydali jeden z pierwszych oficjalnych zinów – „The Comet” – przeznaczony dla osób zainteresowanych tematyką SF (Nowakowski, 2017, s. 178–181).

Pierwsze pismo alternatywne znane szerszej publiczności powstało w USA w 1955 roku. Nosi nazwę „The Village Voice” i ukazuje się do dziś. 21 lat później – w 1976 roku – w Nowym Jorku ukazał się jeden z pierwszych punkowych zinów zatytułowany „Punk”. Pismo z czasem zaczęło być istotnym elementem promującym muzyczną, podziemną scenę nowojorską. W tym samym roku w Anglii powstał fanzin „Sniffin’ Glue”. Rozkwit segmentu zinów (słowo to służy również jako synonim wszystkich pism alternatywnych) na świecie datuje się na lata 60. i 70. XX wieku. Prawdopodobnie w latach 1957–1970 w Europie Zachodniej ukazywało się ponad 50 tysięcy tytułów prasy alternatywnej (Jawłowska, 1975, s. 195–199).

W Polsce wyróżnia się dwa główne etapy istnienia zinów: etap trzeciego obiegu oraz obiegu alternatywnego. Okres trzeciego obiegu rozpoczął się

⁸ Wydawca *Factsheet Five* oraz autor antologii zinów *The Facysheet Five Zine Reader*.

w 1978 roku, kiedy zaczęły pojawiać się pierwsze polskie pisma alternatywne. Rok później zaczęto wydawać m.in. znanego szerszej publiczności punkowego fanzina „Szmata”. W 1984 roku na rynku pojawiło się istotne dla środowiska punkowe pismo „Azotox”. Chorążki podaje, że pod koniec lat 80. najliczniejsze były pisma związane ze sceną hardcore punk⁹. Ten okres działalności wydawniczej zinów kończy rok 1989 (Flont, 2017, s. 33). Zniesienie cenzury 11 kwietnia 1990 roku rozpoczyna drugi etap historii zinów w Polsce. Nowe przepisy nakładały jednak na wydawców obowiązek rejestracji pism i płacenia podatków (Dunin-Wąsowicz, 1991, s. 8). Niektóre z czołowych polskich zinów dostosowały się do zmian. Działalność w latach 90. zalegalizowały m.in. „QQRYQ”, „Garaż” i „Pasażer”. Około 2000 roku wiele pism przeniosło się do internetu. Ponadto egzemplarze niektórych zinów, np. „Pasażera”, można kupić w sklepach sieci Empik. Pisma niezależne wciąż związane są ze środowiskami subkultur, choć jest ich zdecydowanie mniej i w większości nie funkcjonują już w tzw. alternatywnym obiegu (Schneck, 2010, s. 24–25). Warto zauważyć jednak, że obecnie ponownie zaczynają pojawiać się w małych nakładach ziny kserowane lub drukowane.

Ziny tworzone są w myśl zasady *do it yourself*, czyli „zrób to sam”. Autorzy w większości nie są osobami wykształconymi w kierunku dziennikarstwa, dlatego też używane przez nich gatunki dziennikarskie różnią się od tych określanych jako klasyczne. Rozbieżności pomiędzy poszczególnymi gatunkami przedstawię na podstawie materiałów z zina „Chaos w mojej głowie”.

RYS HISTORYCZNY „CHAOSU W MOJEJ GŁOWIE”

„Chaos w mojej głowie” to anarchopunkowy zin wydawany od 1997 roku. Założycielami pisma byli Paweł „Pablo” Prystupa i Damian „Ościan” Ościński, którzy ze środowiskiem zinowym związani byli już wcześniej. Pierwszym stworzonym przez „Pabla” zinem był „piiorek” (czyt.: Pisiorek), adresowany do lokalnej, opolskiej społeczności. Pierwszy i zarazem jedyny numer „piiorek” ukazał się w 1991 roku. Poważniejszą inicjatywą był „Otwieracz”, który Prystupa tworzył we współpracy z członkami zespołu S.O. WAR. Wydali dwa numery tego zina – pierwszy w 1992 roku, a drugi rok później. Z powodu wyjazdu „Pabla” za granicę wydawnictwo zostało zawieszone. W 1992 roku wyszedł również komiksowy zin „Świerzop”, w którym Prystupa opublikował zbiór swoich rysunków.

⁹ Stanowiły ponad 50% wszystkich tytułów (Chorążki 1996, s. 27).

W połowie lat 90. „Pablo” i „Ościan” postanawiają stworzyć zina pod nazwą „Chaos w mojej głowie”. Prystupa wspomina:

Nie ma żadnej konkretnej historii [nazwy]... W latach 90. namiętnie rysowałem punkowe komiksy, często do różnych zinów, i jeden z nich miał mieć tytuł „Chaos w mojej głowie”. Nigdy go nie narysowałem, choć zostało kilka szkiców wraz z tytułem. Kiedy robiliśmy z Ościanem pierwszy numer zina, to zastanawialiśmy się nad jego nazwą... Okazało się, że nazwa była pod ręką i świetnie pasowała do naszego zina, tym bardziej że tego chaosu mieliśmy wtedy pełne głowy¹⁰.

Podczas zbierania materiałów do pierwszego numeru autorzy dowiedzieli się, że nie ukaże się kolejny numer zina „Puł-nocnik”. Dzięki związanemu z „Puł-nocnikiem” Kunyszowi nieopublikowane na łamach pisma teksty trafiły do pierwszego numeru „Chaosu”. Debiut zina w lutym 1997 roku został pozytywnie przyjęty przez środowisko prasy alternatywnego obiegu. Równie pozytywne opinie dostały kolejne numery – drugi wydany we wrześniu 1998 roku, trzeci z lutego 2000 roku¹¹ oraz czwarty stworzony wiosną 2001 roku. W połowie prac nad kolejnym, piątym numerem „Ościan” wyjeżdża za granicę, a „Pablo” nie kontynuuje wydawania pisma.

Drugi etap historii „Chaosu” rozpoczyna się w 2010 roku, kiedy Prystupa i Kunysz postanawiają reaktywować pismo. Pierwszy po przerwie, a tak naprawdę piąty numer, ukazuje się w lipcu 2011 roku. Nowy „Chaos” wydawany jest co pół roku – w czerwcu i grudniu. Jedyne wyjątki to lata 2013–2014. Wtedy pojawiał się jeden numer w ciągu roku – w czerwcu 2013 oraz kwietniu 2014. Od numeru 10. cena niezmiennie wynosi 25 złotych¹².

Obecnie wydawcą zina jest Darek Ciosmak, twórca *Antologii zinów*, z warszawskiego wydawnictwa muzycznego No Pasaran Records. Jednak, jak mówi „Pablo”, sami twórcy wciąż włączają się w rozpowszechnianie pisma.

Wcześniej zajmowałem się tym [dystrybucją] ja i Ościan [...]. Po reaktywacji „Chaosu” w 2011 finansami, drukiem i dystrybucją zajmuje się Kuba. Pomimo tego, że pojawił się Zosiek¹³, a potem Darek z No Pasaran, nasz

¹⁰ Rozmowa z Pawłem „Pablem” Prystupą [zapis w archiwum autorki].

¹¹ Na okładce widnieje data „wrzesień ‘99”. Przyczyną opóźnienia były problemy podczas współpracy z drukarnią. „Dzwoniliśmy, pytaliśmy się, ponagłaliśmy i nic... [...] zmienione czcionki, dodane strony. Porażka” [Informacje zebrane podczas tworzenia *Encyklopedii zinów* – materiały w archiwum autorki].

¹² Porównanie cen wszystkich numerów „Chaosu” zostało przedstawione w tabeli 1.

¹³ Mariusz „Zosiek” Olszewski z wydawnictwa Caramba Records. Wydawca „Chaosu” w latach 2012–2014.

obecny wydawca, to Kuba zawsze rozprowadza część nakładu. Dostajemy około 100–150 egz. każdego numeru i rozprowadzamy sami przez naszych zaprzyjaźnionych dystrybutorów, np. w Londynie czy Dublinie, Kuba sprzedaje *zine* przez internet i na koncertach. Jest w Polsce tzw. scenowa sieć dystrybutorów i oni sprzedają nasze gazety. Mają z tego niewielki zarobek, a my stałą dystrybucję. Zazwyczaj w ciągu 2–3 miesięcy schodzi nam większość nakładu¹⁴.

Pod szyldem „Chaos w mojej głowie” oprócz *zina* wydawane są także płyty, przede wszystkim zespołów hardcore punkowych¹⁵, oraz inne *ziny* z kraju i zagranicy.

METODA BADAWCZA

Badania zostały przeprowadzone przy zastosowaniu analizy zawartości. Walery Pisarek definiował ją jako

zespół różnych technik systematycznego badania strumieni lub zbiorów przekazów, polegającego na możliwie obiektywnym (w praktyce zwykle: intersubiektywnie zgodnym) wyróżnianiu i identyfikowaniu ich możliwie jednoznacznie skonkretyzowanych, formalnych lub treściowych, elementów oraz na możliwie precyzyjnym (w praktyce zwykle: ilościowym) szacowaniu rozkładu występowania tych elementów i na głównie porównawczym wnioskowaniu, a zmierzającego przez poznanie zawartości przekazów do poznania innych elementów i uwarunkowań procesu komunikacyjnego (Pisarek, 1983, s. 45).

Użyteczna okazała się technika oparta na modelu statystycznym. Pozwala ona na usystematyzowanie elementów zawartych w przekazie. Obejmuje zatem ilość, częstotliwość występowania, cechy oraz znaczenie, jakie ma w badanym materiale (Lisowska-Magdżiarz, 2004, s. 52).

Przedmiotem analizy jest 19 numerów „Chaosu” wydawanych od 1997 roku do czerwca 2019 roku¹⁶. Każdy z badanych tekstów został przyporządkowany do jednej z jedenastu kategorii. Były to: recenzja, reportaż, wywiad, komentarz, sprawozdanie, artykuł, komiks, esej, raport, felieton lub gatunek hybrydyczny. Jeśli jego cechy gatunkowe nie pasowały do żadnej

¹⁴ Rozmowa z Pawłem „Pablem” Prystupą [zapis w archiwum autorki].

¹⁵ Styl muzyczny wywodzący się z gatunku punk rock.

¹⁶ W momencie pisania artykułu jest to próba pełna.

z powyższych kategorii, był klasyfikowany jako „inne”. Następnie wyniki zostały podzielone na poszczególne wydania czasopisma, co pozwoliło na wyciągnięcie wniosków, jak zmieniała się procentowa zawartość gatunków w kolejnych numerach zina. W ostatnim etapie badań cechy analizowanych materiałów zostały zestawione z cechami klasycznych gatunków dziennikarskich. Na koniec zaprezentuję wyniki analizy ilościowej i jakościowej.

CHARAKTERYSTYKA MATERIAŁU BADAWCZEGO

Analizie poddano 19 numerów „Chaosu”, opublikowanych w latach 1997–2019. Poniżej prezentuję charakterystykę każdego z wydań.

Tabela 1. Charakterystyka poszczególnych wydań „Chaosu w mojej głowie”.

NR	CZAS WYDANIA	LICZBA STRON	NAKLAD (w egz.)	CENA (w zł)	WYDAWCA
1	luty 1997	32	ok. 100–150	3	niezależne
2	wrzesień 1998	52	ok. 300–350	3,50	niezależne
3	wrzesień 1999	76	ok. 1300–1500	5	niezależne
4	wiosna 2001	68	ok. 1000	5	niezależne
5	lipiec 2011	40	ok. 150–300	7	niezależne
6	grudzień 2011	60	ok. 500	10	niezależne
7	czerwiec 2012	104	ok. 500	15	Caramba Records
8	grudzień 2012	140	ok. 500	18	Caramba Records
9	czerwiec 2013	172	ok. 500	20	Caramba Records
10	kwiecień 2014	204	ok. 500	25	Caramba Records
11	styczeń 2015	192	ok. 350	25	niezależne
12	grudzień 2015	184	ok. 400	25	No pasaran
13	czerwiec 2016	144	ok. 400	25	No pasaran
14	grudzień 2016	232	ok. 400	25	No pasaran
15	czerwiec 2017	192	ok. 400	25	No pasaran
16	grudzień 2017	206	ok. 400	25	No pasaran
17	czerwiec 2018	212	ok. 400	25	No pasaran
18	grudzień 2018	180	ok. 400	25	No pasaran
19	czerwiec 2019	216	ok. 400	25	No pasaran

Źródło: opracowanie własne¹⁷

Pierwszy numer „Chaosu” liczył 32 strony. Później ich liczba systematycznie rosła (z wyjątkiem numeru 5. wydanego po reaktywacji), aż w numerze 7. objętość przekroczyła 100 stron. Od numeru 9. objętość kolejnych wydań to około 200 stron. Na początku nakłady były niewielkie, około 150

¹⁷ Początkowo nie zgadzały się liczby egzemplarzy, podane przez „Pabla” w 2004 roku podczas zbierania materiałów do *Encyklopedii Zinów* i te podane w wywiadzie. W tabeli widnieją liczby ustalone po kolejnej konsultacji.

do 300 egzemplarzy. Numer 3. i 4. zostały wydrukowane w liczbie około 1000 egzemplarzy, nie było to jednak zamierzone działanie autorów „Chaosu”, a wynik nieporozumień w drukarni¹⁸. Od numeru 6. nakłady liczą około 400–500 sztuk. Cena zina wzrastała proporcjonalnie do liczby stron. Od numeru 10. „Chaos” kosztuje niezmiennie 25 złotych.

W badanym okresie we wszystkich numerach „Chaosu” opublikowano łącznie 2999 materiałów. Ponad połowa z nich – 1834 – to recenzje. Kolejnym często używanym gatunkiem były sprawozdania. Powstało ich 305. Następna grupa to wywiady, których napisano 288. Prawie sto materiałów mniej – 181 – powstało w formie felietonu. Autorzy stworzyli również 86 reportaży, 77 esejów oraz 66 artykułów. Na łamach pisma ukazało się także 50 komiksów. Trzy ostatnie grupy to komentarze, raporty oraz gatunki hybrydyczne, których powstało kolejno: 32, 25 i 5.

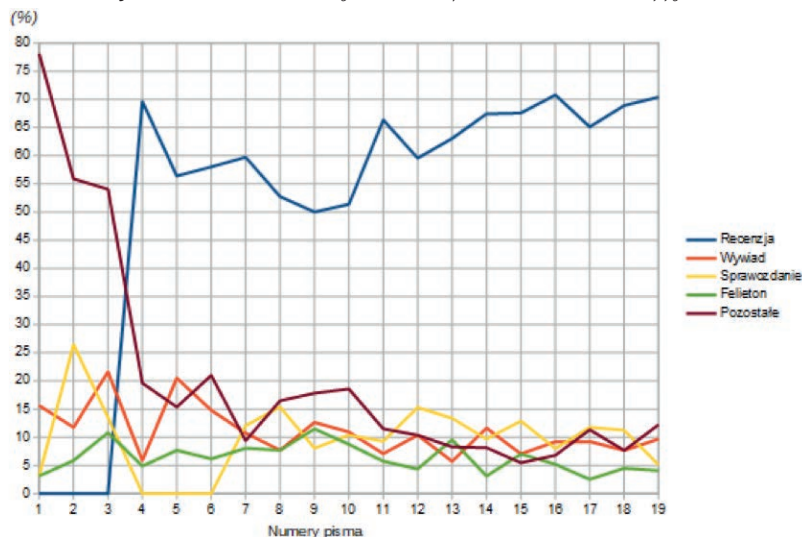
Oprócz tego do kategorii „inne” zostało zaliczonych 50 materiałów. W tej grupie znalazły się materiały, które nie należą do tradycyjnych gatunków dziennikarskich, pojawiały się rzadko lub zasługują na osobną, szczegółową analizę. Były to m.in. wzmianki dotyczące zespołów muzycznych, notatki na temat ruchów wolnościowych, zapowiedzi lub sylwetki¹⁹. Od numeru 10. jako samodzielne materiały zaczęły pojawiać się fotorelacje z koncertów. Poza wyżej wymienionymi w „Chaosie” publikowano także teksty poradnikowe, przegląd prasy, kalendarium, przedruki i krótkie ogłoszenia.

Procentowa zawartość poszczególnych gatunków dziennikarskich we wszystkich badanych numerach „Chaosu” prezentuje się następująco:

- recenzja – 61,51%,
- sprawozdanie – 10,17%,
- wywiad – 9,60%,
- felieton – 6,04%,
- reportaż – 2,87%,
- esej – 2,57%,
- artykuł – 2,20%,
- komiks – 1,67%,
- komentarz – 1,07%,
- raport – 0,83%,
- gatunki hybrydyczne – 0,17%,
- inne – 1,67%.

¹⁸ Rozmowa z Pawłem „Pablem” Prystupą [zapis w archiwum autorki].

¹⁹ Sylwetki te pojawiały się w piśmie po śmierci członków środowiska punkowego. Zdecydowanie różnią się od klasycznej odmiany tego gatunku (zawierają m.in. wulgaryzmy), przez co mogłyby stać się interesującym materiałem do odrębnych badań.

Wykres 1. Procentowa zawartość gatunków we wszystkich numerach „Chaosu w mojej głowie”.

Źródło: opracowanie własne

Jak widać na wykresie, recenzje (oznaczone kolorem niebieskim) znacznie wybijają się, pod względem zawartości procentowej, ponad inne gatunki. Oprócz tego najbardziej widoczne są: wywiad (kolor pomarańczowy), sprawozdanie (kolor czerwony) oraz felieton (kolor fioletowy). W wykresie pominięte zostały gatunki skategoryzowane jako „inne” oraz gatunki hybrydyczne.

Tabela 2. Procentowa zawartość poszczególnych gatunków dziennikarskich w kolejnych numerach pisma

Gatunek dziennikarski \ Numer pisma	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	Ogółem
Wywiad	15,63	11,76	21,62	5,88	20,51	14,81	10,74	7,69	12,64	10,93	7,08	10,38	5,73	11,58	7,03	9,16	9,24	7,66	9,69	9,60
Raport	6,25	11,76	13,51	5,88	0	0	0	1,65	1,72	1,09	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,83
Reportaż	6,25	0	8,11	1,96	0	2,47	2,01	4,95	2,30	4,92	3,54	2,73	1,91	1,93	2,34	2,79	2,10	2,70	4,08	2,87
Sprawozdanie	3,13	26,47	13,51	0	0	0	12,08	15,38	8,05	10,38	9,29	15,30	13,38	10,04	12,89	8,37	11,76	11,26	5,10	10,17
Esaj	6,25	5,88	10,81	5,88	10,26	4,94	0,67	1,65	5,17	4,37	1,77	1,64	1,27	1,93	0,78	1,59	2,10	1,80	2,55	2,57
Felieton	3,13	5,88	10,81	4,90	7,69	6,17	8,05	7,69	11,49	8,74	5,75	4,37	9,55	3,09	7,03	5,18	2,52	4,50	4,08	6,04
Artykuł	0	17,65	2,70	0,98	2,56	3,70	2,68	2,75	4,60	2,73	1,77	2,73	2,55	2,32	0,78	0,80	1,26	0,90	2,04	2,20
Komentarz	0	0	2,70	0	0	2,47	2,01	3,85	1,72	1,64	0,88	2,73	0,64	0,77	0,78	0	0	0,45	0	1,07
Recenzja	0	0	0	69,61	56,41	58,02	59,73	52,75	50,00	51,37	66,37	59,56	63,06	67,18	67,58	70,52	65,13	68,92	70,41	61,15
Gatunki hybrydyczne	3,13	0	0	0	0	0	0,67	0	0	0	0,44	0	0	0	0,39	0	0	0,45	0	0,17
Komiks	25,00	5,88	8,11	2,94	2,56	0	0	1,10	2,30	1,09	1,33	0,55	1,91	0,39	0	0,80	5,04	0	1,53	1,67
Inne	31,25	14,71	8,11	1,96	0	7,41	1,34	0,55	0	2,73	1,77	0	0	0,77	0,39	0,80	0,84	1,35	0,51	1,67

Źródło: opracowanie własne

W tabeli przedstawione została procentowa zawartość poszczególnych gatunków (w tym także kategorii „inne” oraz gatunków hybrydycznych) w kolejnych numerach pisma. W ostatniej kolumnie przedstawione są wyniki procentowe gatunków w numerach „Chaosu” ogółem.

GATUNKI DZIENNIKARSKIE

Pierwsze recenzje pojawiają się w numerze 4. w dziale „Tego słuchamy”. Po reaktywowaniu pisma ten segment zmienia nazwę na „What’s that noise?!”. Oprócz tego recenzje znajdują się jeszcze w dwóch działach: „Makulatura”, który został wprowadzony w numerze 7. i zawiera opinie na temat innych polskich i zagranicznych zinów, oraz publikowany od numeru 11. „Czytam, więc jestem”, gdzie autorzy oceniają książki.

Recenzje w „Chaosie” zawierają wszystkie charakterystyczne elementy tego gatunku – opisują konkretną pozycję, wzbogacając ocenę o krótką historię zespołu lub autora, dyskografię, dane wydawnictwa oraz odniesienia do innych stylów muzycznych lub literackich. Zazwyczaj brakuje natomiast danych technicznych, takich jak choćby, w przypadku recenzji muzycznych, opis sprzętu użytego podczas nagrań czy oprawy graficznej. Oprócz tego recenzje w zinach posiadają kilka charakterystycznych cech. Pierwszą z nich jest dodawanie na końcu tekstu kontaktu do zespołu, wytwórni czy redakcji. Czasami, jeśli nie są podane dane kontaktowe, autorzy dopisują propozycję szukania profilu danej osoby lub grupy w mediach społecznościowych. Na przykład „Krawat” w swojej recenzji pisze: „Kontakt: brak, ale szukajcie CzŚ na fejsie” (Krawat, 2018, s. 146). Kolejną różnicą jest to, że w jednym numerze pisma mogą pojawić się dwie recenzje tej samej pozycji pisane przez różnych autorów, którzy często prezentują rozbieżne opinie. Jednak najważniejszą cechą tego gatunku w zinach jest bezpośrednia, często bardzo dosadna ocena. Na przykład „Pablo” tak ocenia jedno z pism: „Szczerze mówiąc, to nie wiem, czy ta gazetka jest amerykańska, czy brytyjska... Nie ważne [sic!] [...] Marnowanie papieru. [...] Aha., ostatnie trzy strony to jakieś bohomazy z wierszami...” (Pablo, 2018, s. 146).

Sprawozdania są publikowane przede wszystkim w dziale „Punk na żywo”. Segment ten został wprowadzony już w 2. numerze, zanika dwa wydania później i zostaje reaktywowany w numerze 7. Opisy obejmują wydarzenia polskie i zagraniczne. W odróżnieniu od klasycznej formy tego gatunku, autorzy sprawozdań w zinach nie skupiają się na opisie wydarzeń, na pierwszy plan wysuwając osobisty odbiór. Często opisywane jest nie tylko wydarzenie, ale również przeżycia przed i po nim. „Pablo” w jednym z tekstów pisze: „Nie miałem nic ciekawego do roboty przed Sylwestrem [...], więc wybrałem się do Londynu na koncert MEINHOF. Londyn ma to do siebie, że jest zajeżdżone zakorkowanym miastem – zawsze i wszędzie, tak więc spóźnił się na pierwszą kapelę” (Pablo, 2012, s. 82). Autorzy używają

języka potocznego. Dla przykładu, Urbx²⁰ jeden z koncertów konkluduje słowami: „Skoczny, jednak nieporywający punk rock, dobry do piwa, choć z butów nie wyrывało” (Urbx, 2012, s. 89). Czasami w sprawozdania wplatanie są również dialogi z rozmów przeprowadzonych przez autorów lub usłyszane podczas wydarzenia.

Wywiady to istotna część „Chaosu”. Zazwyczaj są obszernie, o objętości średnio 3–4 stron. Często opatrzone są także fragmentami tekstów piosenek oraz dużą liczbą zdjęć bohatera lub bohaterów rozmowy. Głównym celem wywiadów w zinach jest przedstawienie osoby lub grupy szerszej publiczności, jednak rozmówcy nie trzymają się jednego określonego tematu. Wywiady w „Chaosie” znacznie różnią się od klasycznej odmiany tego gatunku. Pierwsza z różnic to kwestia podpisu bohaterów rozmowy – czasem, choć nie zawsze, w leadzie zaznaczone jest, kto przeprowadza wywiad, jednak wszystkie pytania podpisane są jako „Chaos”. Zdarza się również, że jedna osoba przygotowuje pytania, a inna wykorzystuje je podczas rozmowy. Odpowiedzi udziela zazwyczaj kilka osób, które podpisane są pseudonimami lub nazwą zespołu. W jednym z wywiadów autor w leadzie pisze: „Na większość pytań odpowiadał Dima (gitara, wokal), jednak przy większości odpowiedzi autor opisany jest jako BAGNA. To z racji tego, że pozostała część ekipy co jakiś czas uzupełniała poszczególne wypowiedzi, a spisując wywiad, nie zawsze byłem w 100% pewny, kto jest mówcą. [...] ułatwiłem sobie sprawę, uogólniając odpowiadającego jako BAGNA” (b.a., 2012, s. 34). Czasami w zapisie rozmowy pojawiają się emotikony oraz wstawki, których nie używa się w prasie oficjalnej. Przykładem mogą być emocje, takie jak śmiech, które w wywiadach pisanych są zazwyczaj pomijane, zaś jeśli nie, opisywane są jako „(śmiech)” – w „Chaosie” autorzy zamiast tego używają onomatopei „hahaha”. O swobodnym podejściu do edycji tekstu świadczyć może także jeden z materiałów, w którym po pełnym przekleństwie żarcie, odpowiadający mówi: „Spoko, to się wyedytuje. Będziesz pamiętał?” (Wojtas, 2017, s. 113). Autorzy w zinach bawią się konstrukcją wywiadu. Zdarza się, że przeprowadzający wywiad prosi rozmówców, by sami wymyślili sobie pytania, lub zamiast zdań pytających stosuje krótkie hasła. W wywiadzie z zespołem Chaos UK ostatnie pytanie zadaje sobie sam odpowiadający, autor obok dopisał jedynie: „Tak, to Gabba zadał sam sobie pytanie”. W tym wypadku zarówno pytający, jak i odpowiadający podpisany jest jako „Gabba” (Pablo, 2015, s. 98). Istotną różnicą jest również kwestia przedstawienia rozmówcy

²⁰ Kunysz tłumaczy podczas rozmowy: „Niektóre osoby piszą pod nickami, bo nie chcą sobie być publikowani z imienia i nazwiska. Nawet ja kilka osób z tej listy [członków redakcji] znam tylko po nickach”.

– w prasie oficjalnej zaprezentowanie bohatera spoczywa na autorze, w zinach natomiast odpowiadający często przedstawia się sam.

W numerze 9. wprowadzony zostaje nowy dział „Rozmowy niekontrolowane”, w którym bohaterami są aktywiści lub osoby z niecodziennymi pasjami. W porównaniu do rozmów z członkami zespołów muzycznych, „Rozmowy niekontrolowane” są bardziej merytoryczne i zbliżone do klasycznej odmiany wywiadu.

Felietony w „Chaosie” publikowane są w dziale „Kolumny”²¹ i idealnie wpisują się w definicję Joanny Szczepkowskiej: „licząc się z faktami, można by zaryzykować, że felieton to każdy tekst wydrukowany w miejscu przeznaczonym na felieton” (Wojtak, 2008, s. 292). Autorzy poruszają nie tylko kwestie sceny muzycznej, ale również bardziej ogólne tematy. Pojawiają się rozważania na temat życia, często bardzo osobiste. Na przykład w numerze 10. „Jambeer” pisze w tekście, że jedzie do swojej umierającej matki. Felieton kończy postscriptum: „Niecałe dwie godziny po zakończeniu tej kolumny moja mama umarła i był przy niej ojciec w szpitalu. Przynajmniej nie była sama...” (Jambeer, 2014, s. 14). Często felietony służą też do osobistych porachunków między członkami środowiska alternatywnego. Ze względu na płynne cechy gatunkowe trudno znaleźć różnice pomiędzy felietonami w zinach i prasie głównego nurtu. Warto jednak zwrócić uwagę na różnorodność tematów oraz bezpośredni, często wypełniony przekleństwami, przekaz autorów. Poza tym niektórzy z nich na łamach jednego numeru publikują kilka felietonów na niepowiązane ze sobą tematy.

Reportaże to przede wszystkim opisy podróży w dziale „Na krańcu świata”. W „Chaosie”, w odróżnieniu od klasycznej odmiany gatunku, bohater tekstu zawsze jest tożsamy z autorem, a opisy miejsc przeplatane są osobistymi przeżyciami piszącego. Ten format można porównać do reportażu gonzo, którego twórcą i propagatorem był Hunter S. Thompson²². Styl gonzo opiera się na subiektywnych odczuciach, autor nie jest obserwatorem, a raczej aktywnym uczestnikiem zdarzeń. Często także ciąg wydarzeń przeplatany jest dygresjami niezwiązanymi z głównym wątkiem. Na łamach pisma pojawiają się również reportaże historyczne o mało znanych wydarzeniach

²¹ Pod taką samą nazwą funkcjonował dział w zinie „QQRYYQ”. Nazwa pojawiła się tam w numerze 14., a cztery wydania później zmieniono nazwę na „To nie kolumny” (Schneck, 2010, s. 57).

²² Przykładem może być książka jego autorstwa *Lęk i odraza w Las Vegas. Szaleńcza podróż do serca „amerykańskiego snu”*. Pierwotnie wydawana w częściach w magazynie „Rolling Stone” w 1971 roku. W Polsce został przetłumaczony przez Marcina Wróbla i opublikowany nakładem wydawnictwa Niebieska Studnia w 2008 roku.

z przeszłości lub o życiu osób związanych z ruchem anarchistycznym. Autorzy często poruszają także ważne kwestie społeczne. Przykładem zaangażowanego reportażu może być tekst Tomasza Jurka, który z perspektywy pracownika socjalnego opisuje problem bezdomności, prezentuje przeżycia osób, z którymi pracuje, i wysuwa propozycje rozwiązania tej kwestii (Jurek, 2017, s. 26–31). Reportaże są obszernie (zazwyczaj o objętości 4–5 stron) i zawierają wszystkie cechy gatunkowe, dzięki czemu mogłyby zostać opublikowane nie tylko w zinnie, ale także w prasie oficjalnej.

Esejami można nazwać większość tekstów publikowanych w pierwszych numerach „Chaosu”. Wynika to prawdopodobnie z braku doświadczenia dziennikarskiego autorów. Sam „Pablo” podkreśla: „Byłem i jestem amatorem, fascynatem wręcz, ale nie dziennikarzem”²³. Piszący chcieli po prostu przedstawić interesujący ich temat i wyrazić swoją opinię. Eseje czasem publikowane są obok felietonów w dziale „Kolumny”. Częściej stanowią odrębną część zina oznaczoną imitującym nazwę działu nadtytułem, który zależy jednak od tematu tekstu i zazwyczaj nie powtarza się w kolejnych numerach. Niektóre z esejów nie zostały stworzone specjalnie na potrzeby pisma, czego autorzy nie ukrywają. W numerze 4. Adaś Rygiol pisze: „Jest to moja praca pisemna na teoretyczny temat [...], który był zadany 7 marca 2000 r. na przedmiocie Budownictwo Ogólne” (Rygiol, 2001, s. 21).

Artykuły publicystyczne w „Chaosie” pojawiają się rzadko i dotyczą różnych dziedzin. Rozważania poparte są danymi, czasami pojawiają się przypisy i bibliografia (Krawat, 2016, s. 17–22). Do jednego z materiałów autor dodaje także sondę na apli (Jambeer, 2013, s. 43–44).

Na łamach pisma „Pablo” stworzył również cały cykl „Biografie” złożony wyłącznie z artykułów, przedstawiających życie pisarzy, których twórczość jest ważna dla anarchistów.

Komiksy pojawiają się w większości numerów pisma, jednak nie są połączone postacią ani wątkiem fabularnym. Różnią się od siebie również stylem graficznym i objętością. W numerze 17. komiksy stanowiły „przerywnik” pomiędzy recenzjami w dziale „What’s that noise?!”. Były to składające się z trzech obrazków serie, które nie były jednak związane ze sobą tematycznie. Interesujący zabieg został zastosowany w numerze 14., gdzie zamiast tradycyjnych sekwencji obrazków autor używa grafik zajmujących całą stronę. Nie pojawiły się tam także dymki z wypowiedziami – zamiast nich rysownik dodawał opisy nad lub pod grafikami. Komiksy w „Chaosie” publikowane są zdecydowanie częściej niż w prasie głównego nurtu.

²³ Rozmowa z Pawłem „Pablem” Prystupą [zapis w archiwum autorki].

W pismach oficjalnych częściej stosowane są pojedyncze rysunki opatrzone ironicznym komentarzem.

Rzadko używanym gatunkiem w „Chaosie” są komentarze. Ukazują się wyłącznie w dziale „Kolumny”. Autorzy bezpośrednio wyrażają swoją opinię, odwołując się nie tylko do opisu samego wydarzenia, ale również zestawiają je ze zjawiskiem z przeszłości. Jedyną cechą odróżniającą komentarze w zinach od tych w prasie oficjalnej jest język. Piszący używają slangu, często przepełnionego wulgaryzmami.

Charakterystyczną odmianą raportu w zinach jest raport ze sceny²⁴. Dotyczą one zespołów z opisywanego regionu lub kraju. Oprócz tego autorzy poruszają także kwestie działających tam klubów, wydawanych zinów i aktywnych ruchów wolnościowych. Początkowo w „Chaosie” pojawiały się opisy środowiska muzycznego i anarchistycznego w polskich miastach, z czasem (w numerze 3.) zaczęto publikować także raporty z zagranicy. W materiałach znaleźć można informacje dotyczące zespołu, czyli datę i miejsce powstania, skład, tytuły piosenek, nazwę wydawnictwa, historię kariery, czasem także kontekst polityczny. Według „Pabla” gatunek ten zanikł na łamach „Chaosu”, ponieważ w dobie internetu raporty z innych miejsc świata mijają się z celem²⁵.

PODSUMOWANIE

W „Chaosie” rzadko pojawiają się gatunki, które spełniają wszystkie klasyczne kryteria²⁶. Wynika to przede wszystkim z faktu, że autorzy nie są wykształconymi dziennikarzami, a pisanie traktują jako hobby. „Pablo” twierdzi: „Nie traktuję robienia «Chaosu w mojej głowie» jako pracy dziennikarskiej... Poza tym praca to też złe słowo – nie mam z robienia

²⁴ Wyróżnia się także podgatunek – historyczny raport ze sceny (Flont, 2019, s. 16). Jak pisał Jarosław „Sopel” Sobkowiak: „Warto chyba cofnąć się dwie dekady wstecz i prześledzić, jak kształtował się i rozwijał punk rock w krajach mniej znanych. Każdy zakątek świata ma bowiem swoją specyfikę [...]”. Historia jednak uczy, a tradycję – przynajmniej w tej dziedzinie – znać trzeba” (Sobkowiak, 2000, s. 86).

²⁵ Rozmowa z Pawłem „Pablem” Prystupą [zapis w archiwum autorki].

²⁶ Autorytetami w kwestii gatunków dziennikarskich i ich cech są Andrzej Kaliszewski, Kazimierz Wolny-Zmorzyński oraz Wojciech Furman. Szczegółowy opis cech gatunkowych można znaleźć między innymi w książce ich autorstwa pt. *Gatunki dziennikarskie: teoria, praktyka, język* wydanej w 2006 roku w Warszawie.

zina żadnych korzyści materialnych, więc to raczej hobby to zinoróbstwo”²⁷. Dodatkowo autorzy wiedzę o budowie poszczególnych gatunków czerpali nie z podręczników, a z innych dostępnych dla nich zinów. Pisma alternatywne często są tworzone na zasadzie naśladownictwa, na co uwagę zwraca Mateusz Flont przy okazji analizy szaty graficznej zinów (Flont, 2018). Jedynym gatunkiem, który jest w większości zgodny z oficjalnymi zasadami, jest reportaż. Najbardziej od cech gatunków przyjętych w prasie oficjalnej odbiega raport – autorzy publikujący w zinach stworzyli własną odmianę tego gatunku. Ponadto w zinach pojawiają się gatunki hybrydyczne. Najczęściej jest to reportaż połączony z wywiadem. Ekspozycja autora w materiałach może być uznawana za przejaw braku profesjonalizmu, jednak nie zgadzam się z tym twierdzeniem. Według mnie obecność osoby piszącej jest charakterystyczna dla prasy alternatywnej, co odróżnia ją od prasy głównego nurtu.

Istotną kwestią jest również korekta. W początkowych numerach ukazujących się w latach 90. i na początku XXI wieku pojawiały się, niedopuszczalne w prasie oficjalnej, błędy ortograficzne²⁸, na przykład „beautiful” (Pablo, 2011, s. 40) czy „Lóblin” (Paweł, Qba, 2011, s. 35). Zważywszy jednak na grupę odbiorczą, treść materiałów jest zdecydowanie ważniejsza niż ich poprawność językowa. Oprócz tego w kulturze alternatywnej błędy często popełniane są z premedytacją, aby pokazać bunt przeciwko oficjalnym zasadom – w tym językowym.

Wiele kwestii związanych z „Chaosem w mojej głowie” nie zostało jeszcze zbadanych. Interesującym materiałem badawczym mogłyby być sylwetki, które znacząco odbiegają od klasycznej odmiany gatunku.

Kolejnym tematem, który powinien zostać przeanalizowany, są zamieszczane w „Chaosie” reklamy i ogłoszenia. Dotyczą one przede wszystkim płyt, innych zinów, czasem redakcja publikuje także autoreklamy. Oprócz tego wykorzystywane kreacje reklamowe są nietypowe i mogłyby służyć jako inspiracja dla agencji reklamowych. Na przykład w numerze 19. wydawnictwo No Pasaran reklamuje się hasłem: „Jest wiele płyt. Ta, która cię interesuje, może znajduje się u nas. A może nie”²⁹.

Równie ciekawym obiektem badawczym jest szata graficzna. Od 1997 roku „Chaos” znacznie ewoluował pod względem wizualnym. Pierwsze numery tworzone były metodą „kleju i nożyczek”. Jak wspomina „Pablo”: „Teksty były pisane na komputerze i drukowane, a potem wszystko

²⁷ Rozmowa z Pawłem „Pablem” Prystupą [zapis w archiwum autorki].

²⁸ Tematem języka w zinach zajmował się Wojciech Kajtoch. Wyniki badań przedstawił między innymi w książce Świat prasy alternatywnej w zwierciadle jej słownictwa.

²⁹ Reklama pojawiła się w 19. numerze „Chaosu” na stronie 179.

naklejałmy na kartki A-4. Następnie zanieśliśmy to do lokalnej drukarni, żeby nam to wydrukowali... Nie mieliśmy w ogóle pojęcia, jak się to odbywa”³⁰. Z czasem numery zaczęto składać w profesjonalnych programach graficznych.

BIBLIOGRAFIA

PODMIOTOWA

„Chaos w mojej głowie”, luty 1997 – czerwiec 2019, nr 1–19.

PRZEDMIOTOWA

Chorążki, W. (1996). *Polska prasa alternatywna – próba typologii*.

Pobrane z: www.pm.media.uj.edu.pl/documents/19112558/0/Polska+prasa+alternatywna.pdf (20.09.2019).

Chorążki, W. (1996). *Katalog polskiej prasy alternatywnej*

(trzecioobiegowej) 1990–1995. Pobrane z: <http://www.pm.media.uj.edu.pl/documents/19112558/0/Polska+prasa+alternatywna.pdf> (20.09.2019).

Chudziński, E. (2008). *Słownik wiedzy o mediach*. Warszawa, Bielsko-Biała: Wydawnictwo Park.

Dunin-Wąsowicz, P. (1991). Inny obieg, *Polityka*, 47, 8.

Flont, M. (2017). (Anty)estetyka polskich zinów. Część I: „trzeci obieg” w latach 80. W: M. Wszolek, M. Grech, A. Siemes (red.), *Badanie i projektowanie komunikacji 6* (s. 245–264), Wrocław: Wydawnictwo Libron.

Flont, M. (2018). (Anty)estetyka wizualna polskich zinów. Część II: „obieg alternatywny” w latach 90. W: M. Wszolek, M. Grech, A. Siemes (red.), *Badanie komunikacji vol. 1* (s. 155–175), Wrocław: Wydawnictwo Libron.

Flont, M. (2019). Garaż (1985–2012) – zarys historii i próba charakterystyki punkowego zina. W: D. Dąbrowska, P. Olechowska, I. Sokalski (red.), *Szczecińskie czasopisma w przestrzeni społecznej* (s. 153–174), Szczecin: Książnica Pomorska im. Stanisława Staszica.

Flont, M., Wasilewski, K. (2019). A-tak. Anarchistyczna gazeta uliczna – papierowe pismo w czasach Facebooka. W: M. Wszolek, M. Grech, A. Siemes (red.), *Projektowanie komunikacji vol. 2*, Wrocław: Wydawnictwo Libron (w druku).

³⁰ Rozmowa z Pawłem „Pablem” Prystupą [zapis w archiwum autorki].

- Golka, B., Kafel, M., Mitzner, Z. (1964). *Teoria i praktyka dziennikarstwa*, Warszawa: Wydawnictwo PWN.
- Jambeer (2014). Jambeer nadaje, *Chaos w mojej głowie*, 10, 14.
- Jambeer (2013). Jedzenie zamiast śmieci, *Chaos w mojej głowie*, 9, 43–44.
- Jawłowska, A. (1975). *Drogi kontrkultury*, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Jurek, T. (2017). Opowieść o ludziach bezdomnych, *Chaos w mojej głowie*, 16, 26–31.
- Kajtoch, W. (1999). *Świat prasy alternatywnej w zwierciadle jej słownictwa*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Kajtoch, W. (2001). Co to jest zin?. *Ulica Wszystkich Świętych. Miesięcznik Mail Artu*, 7, 4.
- Krawat (2018). Czerwone Świnie – teksty, *Chaos w mojej głowie*, 18, 146.
- Krawat (2016). Gangsterska Antifa w USA, *Chaos w mojej głowie*, 13, 17–22.
- Lisowska-Magdziarz, M. (2004). *Analiza zawartości mediów: przewodnik dla studentów: wersja 1.1*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Maślanka, J. (1976). *Encyklopedia wiedzy o prasie*, Wrocław, Warszawa, Kraków, Gdańsk: Wydawnictwo Ossolineum.
- Nowakowski, A. (2017). *Fanzin SF. Artyści – wydawcy – fandom*, Poznań: Instytut Kultury Popularnej.
- Pablo (2018). Chaos Days, *Chaos w mojej głowie*, 18, 146.
- Pablo (2012). 9/11 Jumpers, Into The Baobab, Blatoidea, Meinhof, *Chaos w mojej głowie*, 7, 82.
- Pablo (2015). Chaos UK, *Chaos w mojej głowie*, 12, 98.
- Pablo (2011). What's that noise: THE BOLD AND THE BEAUTYFUL/ICON OF EVIL split LP, *Chaos w mojej głowie*, 5, 40.
- Paweł, Qba (2011). The Bold and The Beautiful, *Chaos w mojej głowie*, 5, 35.
- Pisarek, W. (1983). *Analiza zawartości prasy*, Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych.
- Pisarek, W. (2006). *Słownik terminologii medialnej*, Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- Rygiol, A. (2001). Wolność Tomku w swoim domku, czyli anarchia w prawie budowlanym, *Chaos w mojej głowie*, 4, 21.
- Schneck, M. (2010). *Wartość źródłowa fanzina Qqryq*, Poznań. (Nieopublikowana praca magisterska napisana pod kierunkiem prof. dr. hab. Bohdana Lapisa. Wersja elektroniczna w archiwum autorki).

- Sobkowiak, J. (2000). Punk rock egzotyczny – Francja. *Garaż*, 15, 86.
- Wojtak, M. (2008). Gatunki prasowe. W: E. Chudziński (red.), *Słownik wiedzy o mediach* (s. 277–301), Warszawa, Bielsko-Biała: Wydawnictwo Park.
- Wojtas (2017), Tau Cross, *Chaos w mojej głowie*, 16, 113.
- Wolny-Zmorzyński, K., Kaliszewski, A., Furman, W. (2009). *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Urbx (2012), Crude, Backflash, Kliko Kommando, *Chaos w mojej głowie*, 7, 89.
- Wright, F. (1997). *The History and Characteristics of Zines part I*. Pobrane z: <http://www.zinebook.com/resource/wright1.html> (20.09.2019).
- Wright, F. (1997). *The History and Characteristics of Zines, part II*. Pobrane z: <http://www.zinebook.com/resource/wright2.html> (20.09.2019).
- b.a. (2012), Bagna, *Chaos w mojej głowie*, 7, 34.



► **Krzysztof Marcinkiewicz** – doktorant Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ. Z zawodu rzecznik prasowy z doświadczeniem m.in. w administracji rządowej i samorządowej. Naukowo skupiony wokół komunikacji politycznej. Jest w trakcie przygotowywania pracy doktorskiej obejmującej zakres komunikowania o bezpieczeństwie, ze szczególnym uwzględnieniem transportu kolejowego w Polsce.

► **ORCID: 0000-0001-8348-1468**

Skutki mediatyzacji i celebrytyzacji w mediach i społeczeństwie

EFFECTS OF MEDIATISATION AND CELEBRITIZATION
IN MEDIA AND SOCIETY

Krzysztof Marcinkiewicz

krzysztof.marcinkiewicz@doctoral.uj.edu.pl

UNIwersytet Jagielloński

ABSTRAKT

Mediatyzacja polityki i życia społecznego, a także wynikająca z nich celebrytyzacja polityki, to procesy zaobserwowane przeze mnie w medialnej rzeczywistości, ze szczególną uwagą skupioną na tych zjawiskach analizowanych przez pryzmat komunikacji politycznej. Celebryci polityczni uzupełniają zjawisko gwiazd w dobrze nam znanej popkulturze, zwłaszcza że obecnie znaczna większość społeczeństwa żyje w ciągłym połączeniu z mediami społecznościowymi, dlatego kultura ponowoczesna może być sprzyjającym okresem dla dynamicznego rozwoju tego zjawiska. Mając na uwadze wpływ systemu politycznego i jego relację z zależnościami komunikowania, należy stwierdzić, że sfera publiczna jest przestrzenią dla wymiany opinii i dyskusji na tematy ważne dla społeczeństwa, w rezultacie czego możemy mówić o opinii publicznej. Istotną kwestią jest fakt, że dyskurs i zawartość mediów wraz z ich wpływem na społeczeństwo są niezwykle istotne w kontekście uczestnictwa w debacie politycznej.

SŁOWA KLUCZOWE: MEDIATYZACJA POLITYKI, CELEBRYTYZACJA POLITYKI, KOMUNIKACJA POLITYCZNA, TABLOIDYZACJA, POSTPOLITYKA, OPINIA PUBLICZNA

ABSTRACT

The mediatization of politics and social life, as well as the resulting celebratization of politics, are the processes observed by the author in the media reality with particular attention paid to those phenomena analyzed through the prism of political communication. Political celebrities complement the phenomenon of stars from the well known popular culture and nowadays the most of people live constantly connected to social media services, which is why the post-modern culture can be a propitious time of such phenomena. Bearing in mind the influence of the political system and its relation with the dependencies of communication, observed public sphere is a space for exchanging opinions, discussions on topics relevant to the society, in result of which we can talk about public opinion. The discourse and the media content with its affection on society are extremely important when it comes to the participation in the public debate.

KEY WORDS: MEDIATISATION OF POLITICS, CELEBRATIZATION OF POLITICS, POLITICAL COMMUNICATION, TABLOIDIZATION, POST-POLITICS, INFOTAINMENT, PUBLIC OPINION,

WSTĘP

Szeroko zakrojony proces mediatyzacji, a w skutek tego celebrytyzacji, ma silny wpływ na rynek mediów zarówno w Polsce, jak i za granicą. Należy tu zaliczyć tabloidyzację mediów i szereg zmian, które niesie z sobą ten proces. Do tego dochodzi wpływ celebrytyzmu na gatunki prasowe i formaty telewizyjne. W świecie badań nad komunikacją i mediatyzacją polityki szalenie modne stały się pojęcia „postpolityka” i „postprawda”. Zaobserwowano również nowe zjawiska w nowych mediach, choćby takie, jak *fake-news*. Powyższe zjawiska stają się także matrycą spoglądania na rzeczywistość polityczną, w której przyszło funkcjonować władzy i obywatelom w XXI wieku.

MEDIATYZACJA POLITYKI I ŻYCIA SPOŁECZNEGO

Zjawisko mediatyzacji polityki związane jest ściśle z komunikowaniem się rządzących z rządzonymi, co jest wynikającym z życia codziennego procesem obecnym we współczesnej demokracji. Media masowe są dzisiaj przede wszystkim obserwatorami rzeczywistości politycznej, ale jednocześnie budują swój wizerunek w kategorii aktorów politycznych, uczestnicząc w życiu politycznym i publicznym. Media mają możliwość odgrywania niezwykle istotnej roli w procesie rekrutacji i selekcji elity politycznej, kreując przykładowo poważnego konkurenta w walce wyborczej i promując go, mając być może w tym jakąś ukrytą korzyść.

Badacze nauk społecznych, a w szczególności nauk o mediach, zwracają uwagę na właściwości procesu mediatyzacji polityki i życia społecznego. Mając na uwadze, że społeczeństwo korzysta z wszystkich dostępnych narzędzi, by móc się skutecznie komunikować i pozyskiwać informacje, można postawić tezę, że wyznacznikiem mediatyzacji życia społecznego jest dynamiczny rozwój technologiczny i jego dostępność. Niemniej istotne jest nadążanie za tym rozwojem przedstawicieli elity politycznej i kompetencji społeczeństwa. Ważny z punktu widzenia nauk o mediach jest motyw, że media są współcześnie podstawowym (i niekiedy koniecznym) źródłem informacji o polityce. Potęga informacyjna mediów jest tak duża, że obejmuje czytelników zarówno dzienników, tabloidów, jak i opiniotwórczych tygodników. Nie budzi zdziwienia zjawisko, że politycy, których kariera uzależniona jest od zasadniczego poparcia wyborców, starają się uzyskać medialną legitymizację swojej działalności politycznej. Zauważyć dzisiaj można, że legitymizacja wyborcza stała się wtórna wobec tej medialnej, ponieważ społeczeństwo jest w stanie rozpoznać

tych polityków, których widzi w telewizji, gazecie czy czasopiśmie, bez względu na to, czy nadal są posłami, senatorami, samorządowcami. Dlatego często stawiane są pytania, w jakim stopniu mamy do czynienia z mediatyzacją polityki, a w jakim z polityzacją mediów.

Jak wskazuje Teresa Sasińska-Klas, postępująca cyfryzacja i rozwój technologiczny „na każdym kroku zmienia media w ujęciu tradycyjnym (stare media) i dynamizuje ich ciągły rozwój, a w połączeniu z nowymi mediami tworzy zupełnie nową rzeczywistość cyfrową” (Sasińska-Klas, 2014, s. 162–175). Można to rozumieć w ten sposób, że postępująca konwergencja mediów, tworząca nową przedmiotowość, wzmacnia proces postępującej mediatyzacji. Należy rozważyć konsekwencje, które determinowane są przez wyżej opisany proces. Definicja mediatyzacji, jak każde hasło opisujące nową rzeczywistość medialną, ma kilka różnych ujęć, szkół i wyjaśnień.

METAFORY MEDIATYZACJI WEDŁUG STIGA HJARVARDA

Jedną z najistotniejszych postaci zajmujących się mediatyzacją w aspekcie międzynarodowym jest duński badacz z Uniwersytetu Kopenhaskiego Stig Hjarvard, który stosuje trzy typy metafor do opisu mediów (Hjarvard, 2008, s. 12–14). Pierwszą z nich, stosowaną przez badacza, jest metafora mediów jako kanału przekazu. Chodzi tu o traktowanie mediów jako przekaźnika pomiędzy odbiorcą a nadawcą. Badacz skupia się tu nad symbolem, co powoduje koncentrację badań na zawartości mediów. W tym miejscu pojawiają się pytania związane z agendą medialną, nadawaniem informacjom ważności i dopuszczaniem treści. Hjarvard zwraca uwagę także na osadzanie informacji w kontekście społecznym, politycznym czy religijnym. Druga metafora charakteryzuje media jako języki. Medium warunkuje formatowanie, dostosowywanie przekazu odpowiednio do relacji pomiędzy nadawcą – przekaźnikiem – odbiorcą. W swoich pracach Stig Hjarvard podaje przykłady związane z mediatyzacją religii, zwraca uwagę na istotę procesu silnej komercjalizacji mediów i intensywnej integracji ich z kulturą popularną. Jak podaje M. Mołęda-Zdziech: „Poprzez język kultury popularnej, który dominuje w mediach, religia także staje się bardziej zorientowana na wymiar rozrywkowy i konsumencki, a podejście do religii staje się bardziej zindywidualizowane” (Mołęda-Zdziech, 2013, s. 26). Podobne tezy stawia belgijski socjolog Karel Dobbelaere, uznając, że nowoczesne społeczeństwo nie potrzebuje religii, by się integrować, a wzrost produktywności ułatwia zadanie legitymizacji porządku społecznego

(Dobbelaere, 2008, s. 76–77). Również w Polsce zauważa się trend postrzegania zagadnień religijnych w formie kultury popularnej (np. spłykanie papieskiej misji do politycznych rozgrywek), tworząc nowy wymiar ich postrzegania (Marcinkiewicz, 2015, s. 104). Trzecia metafora ujmując media jako środowisko. Czas i przestrzeń przestały odgrywać najważniejszą rolę, zarówno dla nadawców, jak i dla odbiorców przekazów. Pojawia się teza o tym, że to komunikacja poprzez media odzwierciedla relacje społeczne. Pojawienie się internetu technologicznie zrewolucjonizowało system komunikacji, sprawiając, że stał się on bardziej globalny i prokonsumencki. Hjarvard zwraca uwagę na aspekty techniczne i rolę rozwoju techniki. Media stają się najważniejszym elementem społeczeństw XXI wieku, obejmując praktycznie wszystkie dziedziny życia. Rytualizują społeczną codzienność i wydarzenia (Dayan, Katz, 2008, s. 40), a także wyznaczają linię moralności, dobrego postępowania, można powiedzieć, że nawet wychowują, co jeszcze niedawno było domeną rodziny, środowiska społecznego, szkoły czy religii. Trzy omówione wyżej elementy, czyli kanały, języki i środowiska, pozwalają poznać całościowo ideę Stiga Hjarvarda. Układa się to w logiczną całość i tworzy przestrzeń do głębszych analiz medioznawczych.

ZJAWISKO MEDIATYZACJI OKIEM POLSKICH BADACZY

Również w Polsce na przełomie ostatnich lat prowadzone są badania pod kątem mediatyzacji. Słownik terminologii medialnej redagowany przez Walerego Pisarka, wybitnego polskiego socjolingwisty i medioznawcy, zawiera obszerny i wielowątkowy opis tego pojęcia.

Mediatyzacja (ang. *mediatisation*, niem. *Mediatisierung*) – proces pośrednictwa mediów w poznawaniu świata; wpływanie przez media na postrzeganie przez człowieka rzeczywistości niedostępnej bezpośrednio doświadczeniu wraz z konsekwencjami takiego pośrednictwa: kształtowaniem obrazu całej rzeczywistości społecznej, a nawet kompleksowych doświadczeń społecznych pod wpływem konstrukcji medialnych (Pisarek, 2008, s. 118).

Definicja ta jest poszerzona także o niezbędne elementy, na które wskazuje autor, czyli *gatekeeping*, teorię kultywacji, teorię użyteczności i gratyfikacji, determinizm technologiczny, amerykanizację, wydarzenia medialne, intertekstualność,

komunikowanie polityczne, teledemokrację. W polskim środowisku naukowym zauważa się niewielkie stopniowe podchodzenie do tematyki mediatyzacji. Największy wkład w analizę tych zagadnień wniosła B. Dobek-Ostrowska, która definiuje mediatyzację jako „transformację i modernizację sfery publicznej oraz zmiany zachowań uczestników komunikowania politycznego pod wpływem dwóch typów mediów. Klasycznych środków masowego przekazu – prasy, radia i telewizji oraz nowych mediów sieciowych – sieci kablowych, telematycznych i satelitarnych, internetu”. (Dobek-Ostrowska, 2012, s. 159).

MEDIATYZACJA I CELEBRYTYZACJA W CZASACH PONOWOCZESNYCH

Anthony Giddens uważa, że „należy dokonywać rozróżnienia na postmodernizm i ponowoczesność” (Giddens, 2006, s. 251). Brytyjski socjolog uznaje, że postmodernizm opisuje rzeczywistość sztuki, literatury i architektury, odnosząc się *stricte* do periodyzacji historycznoliterackiej. Ponowoczesność, jak wskazuje Giddens, ma wymiar istotnych zmian instytucjonalnych, które wpływają bardziej lub mniej dynamicznie na kształt obecnego świata społecznego. Kluczowe z punktu widzenia celebrytyzacji i mediatyzacji może być ujęcie społeczeństwa posttradycyjnego, które jest końcem, ale i zarazem początkiem nowego społecznego wszechświata działania i doświadczenia, jako zintensyfikowaną globalizację, niemającą granic, prowokującą do wytworzenia więzi.

Celebrytyzacja to proces, w którym uczestnicy powszechnej doczesności przyjmują świadomie bądź nieświadomie cechy przypisane celebrycie, a także poprzez różne dostępne kanały komunikacji narzucają innym ten styl, jako paradygmat, tworząc nową kategorię aktorów życia publicznego bądź politycznego. Nie byłoby celebrytyzacji bez mediatyzacji, co oznacza, że oba zjawiska są od siebie zależne. Należy wziąć pod uwagę fakt, iż w polskiej literaturze funkcjonują dwa terminy: „celebryzacja”, a także „celebrytyzacja”, przy czym pierwszy z nich pochodzi z łaciny (łac. *celeber* – sławny), drugi zaś – z angielskiego (ang. *celebrity* – osoba sławna z tego, że jest sławna). Celebryzacja według Doroty Piontek opisuje sytuację wkraczania polityków do świata celebrytów (Piontek, 2011, s. 142).

Istotnym elementem definiowania tego pojęcia jest zakotwiczenie we współczesnej rzeczywistości kultury masowej, gdzie największe znaczenie ma „konieczność odgrywania i ciągłego przedstawiania w warunkach rozszerzającej się widoczności medialnej i rosnącego zainteresowania

mediów politykami jako ludźmi, a nie działaczami partyjnymi” (Piontek, 2011, s. 99). W tym miejscu rodzi się pytanie o wizerunek polityka, który wymaga wykorzystania wiedzy z zakresu psychologicznych teorii postrzegania ludzi (Cwalina, Falkowski, 2006, s. 155), ponieważ jest zaprojektowanym wyobrażeniem, które poprzez skojarzenia dostarcza dodatkowych wartości. Pytanie jednak brzmi, jakich konkretnie wartości?

ROZPOZNAWALNOŚĆ I MEDIALNOŚĆ

Celebryta to postać, która budzi stosunkowo duże zainteresowanie mediów, często się tam pojawia, a jej wizerunek dzięki temu jest powszechnie znany. To media i kierujący nimi mają wpływ na odbiór rzeczywistości przez społeczeństwo, czyli opinię publiczną. Olgierd Annusewicz twierdzi, że „media tworzą swego rodzaju kartel, który interpretuje i komentuje rzeczywistość w homogeniczny sposób, co można by metaforycznie nazwać »zmową mówienia«” (Annusewicz, 2012, s. 77–78). Jak twierdził Walery Pisarek: „kultura masowa, która stała się głównym tematem dzisiejszych mediów, zrodziła typowy język medialny. Zazwyczaj język ten jest prosty, dość emocjonalny, wykorzystujący wyrażenia waloryzujące, nieskomplikowany składniowo, ograniczony leksykalnie, prymitywny” (Pisarek, 2000, s. 5–7). Media rozpowszechniają sposoby mówienia ukierunkowane ściśle na konsumpcję i zysk wynikający ze sprzedaży wyprodukowanych tekstów czy programów telewizyjnych. Treść medialna musi być na tyle atrakcyjna, aby często górowała nad sensem i treścią. Świadectwem zaistniałej językowej swobody, która z łatwością objęła panowanie nad komunikacją medialną, jest z pewnością trywialne traktowanie reguł językowych i promowanie w agendzie mediów słów potocznych. Dotyczy to także sfery postaw i zachowań, czego potwierdzeniem może być zapomnienie o podstawowych zasadach etykiety. Efektem tego jest całkowite zniesienie dystansu pomiędzy nadawcą a odbiorcą komunikatów, wykorzystywanie samych imion lub ich zdrobnień, pseudoimion, samych nazwisk, lekceważenie tytułów naukowych, ważnych stanowisk państwowych, ról społecznych i innych.

Skąd się bierze popularność i medialność? Co dzisiaj może dać rozpoznawalność? Wbrew pozorom bycie medialnym w dzisiejszych czasach nie musi kojarzyć się z kiczem, ponieważ sytuacja ta staje się w jakiś sposób mierzalna. Osoby medialne mogą wносить do kultury masowej i życia społecznego także pozytywne aspekty. Dobrym przykładem mogą być ludzie nauki, którzy za pośrednictwem mediów przekazują i popularyzują wiedzę,

wpisując się w nurt społecznego oddziaływania badań naukowych i ich upowszechniania. O medialności można mówić w perspektywach społecznych, politycznych, a także ekonomicznych. Pojęcie to stosowane jest praktycznie zawsze, gdy omawia się osoby publiczne. Medialność telewizyjna to telegeniczność, czyli w opisie W. Kopalińskiego „efektowne przedstawianie się na ekranie TV” (Kopaliński, 1985, s. 419–420). Warto poszerzyć to pojęcie o inne media, jak prasa, radio i internet, ponieważ o ile audiowizualność jest dzisiaj najbardziej atrakcyjna, o tyle należy wziąć pod uwagę wszystkie możliwe płaszczyzny promowania siebie i dbania o swój wizerunek w kanałach komunikacyjnych. Bardzo szeroko zjawisko celebrytyzacji i medialności opisuje Wiesław Godzic, wskazując wielowątkowe procesy i analizy związane z medialnością bohaterów polskiej i zagranicznej opinii publicznej, życia kultury, popkultury i polityki (Godzic, 2007).

TABLOIDYZACJA MEDIÓW

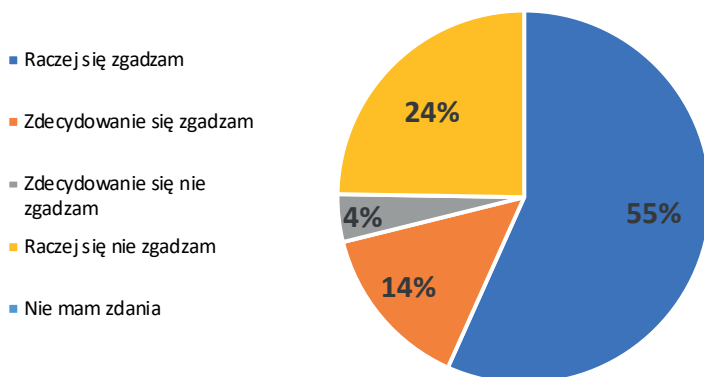
Choć niektórzy uważają, że od urodzin do śmierci w mediach wszystko zostało już pokazane, to jednak media nadal nas zaskakują. Tabloidyzacja to przede wszystkim proces upraszczania rzeczywistości, często jednostronne i skrótowe traktowanie przedmiotu debaty czy informacji, wykorzystywanie emocji, kreowanie (nierzadko sztucznej) sensacji. Charakteryzuje się również krzykliwymi napisami, prostym językiem. Tabloid jest pełen cytatów, a jednym z najważniejszych jego elementów jest narracja obrazkowa opatrzona jaskrawymi zdjęciami. Taka jest tabloidyzacja prasy drukowanej, która także posiada swoje odpowiedniki internetowe. Można zauważyć popyt na mało wartościowe treści praktycznie na całym świecie, dlatego ze względu na zachodzącą powszechnie konwergencję mediów tabloidyzacja przenosi się także do innych gatunków i nośników komunikacji, nie tylko do internetu, ale także do telewizji, kina i radia. Małgorzata Lisowska-Magdziarz, opisując to zjawisko, zwraca uwagę na fakt, że „liczą się źródła, a nie ich wiarygodność” (Lisowska-Magdziarz, 2008, s. 99). Tabloidyzacja w ostatnich latach stała się popularnym terminem wśród intelektualistów narzekających na poziom dzisiejszych mediów, również polityków, którzy nie czytają zbyt pochlebnych artykułów o sobie i życiu publicznym. Niemniej jednak można mieć wrażenie, że sprowadzając ten termin do zwyczajnego zainteresowania skandalem, tabloidyzacja towarzyszy nam praktycznie od zawsze. Skandalizacja debaty publicznej jest siłą ciężenia przyciągającą uwagę czytelników. Możemy dzisiaj zauważyć, że tabloidyzacja nie dotyczy

tylko typowych tytułów drukowanych, ale również szanowanych formatów telewizyjnych i czasopism, co ma istotny wpływ na kreowanie polityka w przestrzeni medialnej w formie zarówno rozrywkowej, informacyjnej, jak i będącego hybrydą tych dwóch – infotainmentu.

METODOLOGIA I WYNIKI BADAŃ WŁASNYCH

W odniesieniu do prezentowanych zjawisk zostaną przytoczone przeprowadzone przeze mnie badania ankietowe. Wypełnionych zostało 889 ankiet. Z uwagi na niekompletnie wypełnione kwestionariusze odrzucone zostały 34 ankiety, co oznacza, że analiza badań ankietowych zawarta w tekście obejmuje 855 kompletnie wypełnionych kwestionariuszy. W badaniach udział wzięło 512 kobiet oraz 343 mężczyzn, co daje odpowiednio 60% wskazań kobiet i 40% wskazań mężczyzn. Poniższe wyniki stanowią kontynuację dotychczasowych moich ustaleń (Marcinkiewicz, 2018).

Rysunek 1. Opinia ankietowanych na temat tego, czy politycy zachowują się jak gwiazdy showbiznesu.



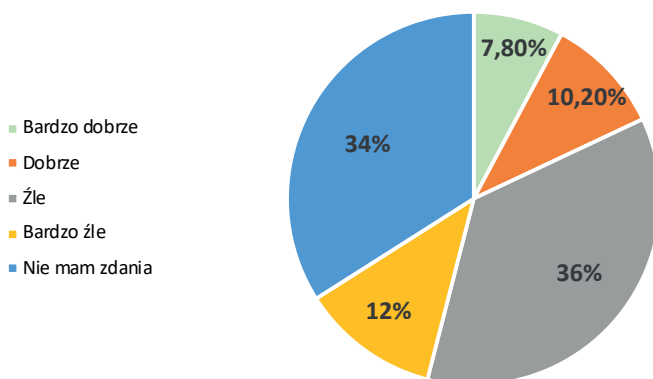
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Powyższe wyniki pozwoliły ustalić, że większość ankietowanych (55%) raczej zgadza się z tezą zawartą w pytaniu – 470 osób. Zdecydowanie zgadza się 120 ankietowanych (14%). Raczej nie zgadza się 200 badanych (24%), zdecydowanie nie zgadza się z tezą 34 ankietowanych (4%). Bez zdania pozostało 26 osób (3%).

Badani zwracają uwagę, że w dużej mierze to przede wszystkim politykom zależy na obecności w mediach, ponieważ ułatwia to im zdobycie odpowiedniej rozpoznawalności, która może być istotnym wsparciem podczas prowadzenia kampanii wyborczej. Ankietowani w komentarzach do pytań

zaznaczyli również, że media pomagają skrócić dystans pomiędzy władzą a obywatelami, pozwalają dostrzec w polityku „ludzką twarz”, a także stanowią formę utożsamienia się z nim. Ponadto wart odnotowania jest fakt, że programy rozrywkowe według badanych wzbogacają swoją treść poprzez zapraszanie kontrowersyjnych polityków, postaci z show biznesu, a także ich dzieci, co daje możliwość wprowadzenia życia prywatnego polityka do agendy mediów. Na zakończenie pytań dotyczących tej kwestii poproszono respondentów o ocenę obecności polityków w programach rozrywkowych.

Rysunek 2. Ocena obecności polityków w programach rozrywkowych.



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Ankietowani w nieznacznej większości negatywnie ocenili obecność polityków w programach rozrywkowych. Odpowiedź „źle” wskazało 36% badanych (309 osób), natomiast „bardzo źle” – 12% (102 osoby). Ocenę „dobrze” zaznaczyło 10,2% (87 wskazań), „bardzo dobrze” zadeklarowało 7,8% ankietowanych, czyli najmniejsza grupa, licząca 67 osób. Bardzo istotnym sygnałem jest brak zdania wśród biorących udział w badaniu, ponieważ aż 34% spośród badanej próby uznało, że nie ma zdania, bądź nie podjęło się oceny obecności polityków w programach rozrywkowych (było to 290 osób). Brak zdania ankietowanych może wynikać z niskiego zainteresowania tego typu formatami telewizyjnymi, ale trzeba też mieć na uwadze, że nie każdy posiada odbiornik telewizyjny lub śledzi programy rozrywkowe oferowane przez polskich nadawców publicznych i komercyjnych.

Można mieć wrażenie, że obecność polityków w mediach jest swego rodzaju mieczem obosiecznym: z jednej strony może stymulować opinię publiczną w kierunku zwiększenia popularności i pozytywnego oddziaływania na elektorat, z drugiej jednak strony może być powodem ośmieszenia się

poprzez liczne porażki wizerunkowe. Kreowanie rzeczywistości politycznej bardzo często warunkowane jest przez upublicznianie przez polityka swojej prywatności (Marcinkiewicz, 2018). Niżej przedstawione zostaną przypadki osób, które w ten właśnie sposób utraciły swój status polityczny, wskutek czego całkowicie wycofały się z życia publicznego – Ryszard Petru i Kazimierz Marcinkiewicz.

Ryszard Petru to założyciel i były przewodniczący partii Nowoczesna (2015–2017). Przez opinię publiczną był uznawany za jedną z najbardziej barwnych postaci polskiej polityki. Zasłynął z szeregu wpadek wizerunkowych. Były lider Nowoczesnej raczył opinię publiczną wieloma pomyłkami, twierdząc, że Wielka Brytania opuszcza strefę euro, choć państwo to nigdy się w niej nie znalazło. Ponadto wiele osób pamięta do dzisiaj historię ze świętem 6 stycznia, które przez Petru nazwane zostało świętem „Sześciu Króli”. Portale internetowe prześcigały się w tworzeniu rankingów wpadek polityka, który wciąż dostarczał mediom kolejnych powodów do tworzenia memów na swój temat. Można twierdzić, że symbolicznym gwoździem do trumny kariery politycznej Ryszarda Petru, a zarazem jego przywództwa w Nowoczesnej, był wyjazd w trakcie strajku okupacyjnego zorganizowanego przez partie opozycyjne w parlamencie na Maderę wraz z posłanką Joanną Mihułką (dawniej Schmidt), z którą łączy go intymna relacja (Ruszkiewicz, 2018). Dodatkowymi problemami wizerunkowymi, z jakimi musiał zmierzyć się ten polityk, był fakt, że podczas jego wakacji w tym czasie w Sejmie trwał protest opozycji wobec działań legislacyjnych Prawa i Sprawiedliwości. Po tych wydarzeniach utracił przywództwo w swojej partii, a następnie założył nowe ugrupowanie Teraz! W lipcu 2019 roku podał do publicznej wiadomości oświadczenie, w treści którego poinformował opinię publiczną o zaprzestaniu działalności politycznej. Po tym wydarzeniu organy statutowe wyrejestrowały ugrupowanie Teraz! z ewidencji partii politycznych.

Kazimierz Marcinkiewicz to z wykształcenia nauczyciel matematyki i fizyki, wiceminister edukacji w rządzie Hanny Suchockiej, poseł na Sejm III, IV i V kadencji, prezes Rady Ministrów w latach 2005–2006. Po wyborze Lecha Kaczyńskiego na urząd Prezydenta RP w 2006 roku pełnił funkcję prezydenta m.st. Warszawy. W latach 2007–2008 był dyrektorem w Europejskim Banku Odbudowy i Rozwoju w Londynie. W 2005 roku podczas pełnienia urzędu premiera został okrzyknięty najpopularniejszym politykiem, otrzymując statuetkę Wiktora. W rankingach zaufania deklasował konkurentów, zdobywając nawet 74% w rankingu zaufania CBOS (Boguszewski, 2006). Po odejściu z polityki Marcinkiewicz wydał książkę, wywiad-rzekę, w której

ujawnił powody odejścia z polityki i co spowodowało zakończenie jego urzędowania w roli premiera (Marcinkiewicz, Karnowski, Zaremba, 2007).

Kazimierz Marcinkiewicz w 2009 roku ogłosił, że się rozwodzi z żoną Marią, a nową wybranką byłego premiera została Izabela Olchowicz, z którą wziął ślub tego samego roku w Barcelonie. Od tego czasu media zaczęły się jeszcze bardziej interesować życiem prywatnym polityka, zwłaszcza że dostarczał dziennikarzom wielu powodów do ingerowania w jego życie prywatne. Małżeństwo zdecydowało się na sesję zdjęciową w „Vivie!”. Ponadto, przy wielu okazjach Izabela Olchowicz-Marcinkiewicz, pieszczotliwie nazwana przez samego polityka, a później media Isabel, poprzez media społecznościowe publikowała swą twórczość poetycką. To drugie małżeństwo Kazimierza Marcinkiewicza spotkał smutny koniec. Polityk podjął decyzję o rozwodzie, co z rozprawy na rozprawę śledziły główne media plotkarskie. Izabela Olchowicz napisała książkę, stała się częstym gościem mediów, upubliczniając intymne historie z małżeństwa z byłym premierem. Ostatecznie małżeństwo rozwiódło się w 2018 roku. W ostatnich latach, jeśli już pisano o byłym premierze, to głównie w kontekście alimentów zasądzonych na rzecz byłej żony, które wraz z odsetkami sięgnęły już kwoty kilkudziesięciu tysięcy złotych. Opisywano, jak premier wypadł z list kandydatów Koalicji Europejskiej do europarlamentu w 2019 roku, ponieważ uznano jego sytuację życiową za kompromitującą (Bunda, 2019).

Z najpopularniejszego polityka roku 2005 Kazimierz Marcinkiewicz stał się jedną z najbardziej celebryckich postaci polskiego świata polityki (Kowalski, 2015). Społeczeństwo już nie pamięta wysokich ocen wystawianych Marcinkiewiczowi w 2005 roku, ponieważ w rankingu „Rzeczpospolitej” *Który premier w historii III RP był najlepszy?* zajął on przedostatnie miejsce, wyprzedzając jedynie Ewę Kopacz (Szaniawski, 2018).

PODSUMOWANIE

Formaty informacyjne, gatunki obecne dzisiaj w mediach w większym lub mniejszym stopniu zaczynają się podporządkowywać społecznym potrzebom rozrywki. Dlatego niektórzy politycy niejako uczestniczą w rozrywkowej rzeczywistości, zakładając, że w ten sposób skuteczniej dotrą do swoich wyborców. Można powiedzieć, że obserwujemy dzisiaj pomieszanie polityki, rozrywki i spraw publicznych, z tendencją wzrostową. Polityka staje się coraz bardziej grą pozorów, w której głównymi aktorami nie są sami politycy, lecz ich specjaliści z zakresu *public relations* i marketingu

politycznego, którzy kreują nową rzeczywistość. Problemem staje się brak kompetencji wizerunkowych lub zaplecza wspierającego wizerunek, ponieważ to wtedy właśnie najczęściej dochodzi do wpadek mających kluczowe znaczenie. Celebrytyzacja polityków jest skutkiem postępującej mediatyzacji, osoby z pierwszych stron gazet chronią lub eksponują swoją prywatność, dostarczają także mediom nowe bodźce do stymulowania debaty na ich temat i profilują swoją prywatność. Prowadzi to do upadku dotychczasowej wizji polityka, co można zauważyć na opisanych przykładach Ryszarda Petru i Kazimierza Marcinkiewicza. Problemem dla społeczeństwa, ze względu na opisane wyżej zmiany, może być postrzeganie sceny publicznej częściej w zwierciadle skandalu i skrajności obyczajowych aniżeli merytorycznych faktów, stanowienia prawa, dyplomacji czy bezpieczeństwa. Poprzez tabloidyzację i celebrytyzację władzy dochodzi do istotnych zmian w dyskursie politycznym. Ten zaś realizuje się między trzema najważniejszymi aktorami dokonującymi legitymizacji do wyrażania publicznie osądów i opinii w sprawach polityki: tj. politykami, dziennikarzami i opinią publiczną. Tworzy to zupełnie nowe standardy komunikowania się polegające na wymianie informacji między liderami politycznymi, mediami i obywatelami odnośnie do istotnych elementów życia publicznego i politycznego. Zadaniem obywateli jest sprawdzanie i nadzorowanie wybranej spośród siebie władzy. Również w tym zakresie można mieć wrażenie, że niezbędnym narzędziem stał się internet, który zrzesza i organizuje obywateli, tak aby ich głos był bardziej słyszalny. Kluczowe jednak stają się kompetencje nie tylko samych polityków, ale przede wszystkim wyborców, ze względu bowiem na opisane wyżej zmiany wymagają lepszej orientacji niż dotychczas z powodu wielu zjawisk zakrzywiających dotychczasowe postrzeganie polityki.

BIBLIOGRAFIA

- Annusewicz, O. (2010). Kreowanie wizerunku polityka w sytuacji konfliktu politycznego na przykładzie debat przedwyborczych 2007 roku. *Studia Politologiczne*, 16, 58–182.
- Annusewicz, O. (2011). Celebrytyzacja polityczna. *Studia Politologiczne*, 20, 268–278.
- Annusewicz, O. (2012). „Zmowa mówienia” czy błąd nadawcy? Próba analizy źródeł homogenicznych ocen politycznej rzeczywistości w mediach. W: M. Marcjanik. *Retoryka mediów. Retoryka w mediach* (s. 77–90). Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR.

- Bunda, M. (2019). Wojna państwa Marcinkiewiczów. Pobrane z: <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/spoleczenstwo/1917744,1,wojna-panstwa-marcinkiewiczow.read> (12.12.2019).
- Bauman, Z. (2007). *Spółeczeństwo w stanie obłężenia*, Warszawa: Wydawnictwo Sic!.
- Cwalina, W., Falkowski, A. (2006). *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Dayan, D., Katz, E. (2008). *Wydarzenia medialne. Historia transmitowana na żywo*, Warszawa: Wydawnictwo Muza.
- Dobbelaere, K. (2008). *Sekularyzacja. Trzy poziomy analizy*, Kraków: Zakład Wydawniczy NOMOS.
- Dobek-Ostrowska, B. (2012). *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Godzic, W. (2007). *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Changes, *Nordicom Review*, 29, 105–134.
- Kopaliński, W. (1985). *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*, Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Kowalski, W., Od premiera do celebryty. Jak Kazimierz Marcinkiewicz zupełnie stracił głowę i zdobył „sławę”. Pobrane z <http://natemat.pl/131167,od-premiera-do-celebryty-jak-kazimierz-marcinkiewicz-zupelnie-stracil-glowe-i-zdoby-slawe> (12.12.2019).
- Lisowska-Magdziarz, M. (2008). *Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Marcinkiewicz, K. (2015). Pontyfikat papieża Franciszka w agendzie polskich tygodników opinii. W: M. Chmielewski i in. (red.), *Sacrum w mediach* (103–122), Lublin: Wydawnictwo KUL.
- Marcinkiewicz, K. (2018). Modele celebrytyzacji polityki w mediach w Polsce, *Zeszyty Prasoznawcze*, 4(236), 825–838.
- Marcinkiewicz, K., Karnowski, M., Zaremba, P. (2007). *Marcinkiewicz. Kulisy władzy*, Warszawa: Wydawnictwo Prószyński i S-ka.
- Molęda-Zdziech, M. (2013). *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*, Warszawa: Wydawnictwo Difin.

- Nowina Konopka, M., Glinka, K., Miernik, R., (2017). *Populizm jako narzędzie marketingu politycznego*. Kielce: Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach.
- Olczyk, T. (2008). Przywódca czy celebrity? Strategie kreowania wizerunku w reklamie politycznej. W: B. Szklarski (red.). *Gra w przywództwo – jak zdobyć i utrzymać władzę* (53–66). Warszawa: Collegium Civitas Press i Centrum Kreowania Liderów.
- Olczyk, T. (2009). *Politrozrywka i popperswazja: reklama telewizyjna w polskich kampaniach wyborczych XXI wieku*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Olczyk, T. (2013). Celebrytyzacja polityki – politycy i ich rodziny w Twoim Stylu i Vivie. *Media – Kultura – Komunikacja Społeczna*, 9, 23–37.
- Piontek, D. (2011). *Komunikowanie polityczne i kultura popularna. Tabloidyżacja informacji o polityce*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM.
- Pisarek, W. (2000). III forum kultury słowa. W: J. Bralczyk, M. Mosiołek-Kłosińska, *Język w mediach masowych* (9–18), Warszawa: Wydawnictwo Upowszechnianie Nauki – Oświata.
- Pisarek, W. (2008). *Słownik terminologii medialnej*. Kraków: Universitas.
- Raport Centrum Badania Opinii Społecznej. Pobrano z https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2006/K_189_06.PDF, (12.12.2019)
- Ruszkiewicz, S. (2018). Koniec małżeństwa Ryszarda Petru. Joanna Schmidt już czeka. Pobrano z <https://wiadomosci.wp.pl/koniec-malzenstwa-ryszarda-petru-joanna-schmidt-juz-czeka-6243169276442241a> (15.12.2019).
- Sasińska-Klas, T. (2014). Przywództwo publiczne w erze globalnego zarządzania – wyzwania, innowacje, możliwości. W: Wiszniowski R., Kasińska-Metryka A. (red.), *Marketing polityczny w grotesce mediów* (98–114), Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Sztompka, P. (2007). *Socjologia*. Kraków: Wydawnictwo Znak.
- Szaniawski, P. (2018). Sondaż Rzeczpospolitej: Który premier w historii III RP był najlepszy?. Pobrane z <http://www.rp.pl/Polityka/180619493-Sondaz-Ktory-premier-w-historii-III-RP-byl-najlepszy.html> (13.12.2019).
- Żyrek, E. (2014). Peopolizacja polityki w kontekście polskiej sceny politycznej. W: J. Berówka, K. Pokorna-Ignatowicz, *Media – kultura popularna – rozrywka* (287–304), Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM.

AKTYWNY
STUDENT

W ramach:



We współpracy z:

Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

OFMA – mówiąc jednym głosem, możemy więcej

► **Michał Polak** – Ogólnopolskie Forum Mediów Akademickich

Popularyzacja kultury studenckiej na przestrzeni ostatnich dekad charakteryzowała się zmienną intensywnością. Jednak zawsze aktywną rolę odgrywały w tym procesie media studenckie i początkujący dziennikarze. To właśnie oni od lat są najbliższą rzeczywistością akademickiej, współtworząc ją i przybliżając jej obraz. Tematy istotne dla młodych ludzi, wydarzenia kulturalne na czele z juwenaliami, zawody sportowe, ale także konferencje naukowe czy akcje charytatywne – różnorodność treści i form to jedna z tych cech, obok wielkiego zaangażowania i kreatywności osób je tworzących, która wyróżnia i czyni media studenckie tak ważnymi.

Oczywiście kluczowe dla budowy szerszego zainteresowania pozostaną proponowane treści i ich atrakcyjność, zarówno pod względem tematyki, jak i formy. A w dzisiejszej rzeczywistości medialnej zależność jest prosta i w podobnej mierze odnosi się również do mediów studenckich – im ciekawsze i atrakcyjniejsze treści, tym liczniejsza grupa odbiorców i w następstwie większy potencjał marketingowy. Profesjonalizacja mediów studenckich, charakteryzuje się otwarciem, z jednej strony na partnerów zewnętrznych, a z drugiej na wzajemną wymianę doświadczeń i współpracę. Przykładem tego typu inicjatyw, jest jedna z pierwszych stałych platform współpracy redakcji studenckich z całej Polski – Ogólnopolskie Forum Mediów Akademickich.

OFMA została powołana do życia w listopadzie 2015 r. w Warszawie przy okazji konferencji Programu „Nowoczesne Zarządzanie Biznesem” organizowanej w ramach jubileuszu XX-lecia Parlamentu Studentów RP na Stadionie Narodowym w Warszawie. Dziś, OFMA funkcjonuje w ramach jednego z największych programów edukacji ekonomicznej w Europie – „Bankowcy dla Edukacji”, zainicjowanego przez Związek Banków Polskich, a realizowanego przez Fundację Warszawski Instytut Bankowości. Wśród kluczowych projektów można wskazać takie inicjatywy jak:

KRAJOWA KONFERENCJA OFMA

Najważniejsze coroczne wydarzenie skierowane do dziennikarzy studenckich z całej Polski. Bogata agenda i udział gości specjalnych ze świata mediów, finansów i nauki stanowią niepowtarzalną okazję do doskonalenia warsztatu dziennikarskiego, poszerzenia wiedzy z zakresu finansów i nowoczesnych technologii oraz integracji środowiska. Wśród gości specjalnych konferencji, oprócz Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego, władz uczelni, ministrów i prezesów ważnych instytucji finansowych byli m.in. Konrad Piasecki, Bartłomiej Godusławski, Michał Pol, Grzegorz Miecugow, Mateusz Borek, Magdalena Rigamonti czy Janusz Schwertner.



Briefing prasowy Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego – Jarosława Gowina z mediami studenckimi. Autor fotografii: Damian Kałwa

STUDENCKA STREFA MEDIALNA

Inicjatywa towarzysząca ważnym wydarzeniom i kongresom, zadebiutowała w 2017 r. podczas Narodowego Kongresu Nauki w Krakowie – największego i najważniejszego wydarzenia dla polskiej nauki i środowiska akademickiego ostatnich dekad. W wydarzeniu na zaproszenie OFMA uczestniczyło kilkudziesięciu dziennikarzy studenckich, którzy przez dwa dni relacjonowali przebieg Kongresu, a także przeprowadzili specjalne dedykowane briefingi prasowe z m.in. Ministrem Nauki i Szkolnictwa Wyższego oraz wybitnymi przedstawicielami świata nauki.

Od 2018 r. Strefa funkcjonuje także na Kongresie Edukacji Finansowej i Przedsiębiorczości w Warszawie. Podczas jednego z najważniejszych wydarzeń poświęconych tematyce edukacji ekonomicznej, młodzi dziennikarze uczestniczą w dedykowanych konferencjach prasowych z udziałem kierownictwa instytucji finansowych czy też spotykają się z dziennikarzami ekonomicznymi, którzy przybliżają im kulisy pracy w najlepszych redakcjach finansowych w Polsce – wśród gości Strefy byli już m.in. Maciej Samcik i Krzysztof Berenda.



III Krajowa Konferencja OFMA, Kraków 2017 Autorka fotografii: Adrianna Żołdak

TRZY GROSZE O EKONOMII

Cotygodniowa audycja radiowa regularnie przygotowywana od 2016 r. przez warszawskie Akademickie Radio Kampus. Na antenie wyemitowano już od ponad 150 odcinków w największych ośrodkach akademickich w Polsce. Porusza najważniejsze zagadnienia związane z finansami, rynkiem pracy czy cyberbezpieczeństwem. Audycja jest emitowana na antenie 9 rozgłośni studenckich w największych ośrodkach akademickich w Polsce, a taką bezpłatną możliwość ma również każda rozgłośnia studencka, która będzie chciała wzbogacić na stałe swoją ramówkę. Od 2019 r. podcasty z audycji są również dostępne w serwisie Spotify.



IV Krajowa Konferencja OFMA, Kraków 2018. Autorka fotografii: Adrianna Żołdak

AKTYWNY STUDENT

Projekt realizowany od 2018 r. przez Warszawski Instytut Bankowości na ponad 50 uczelniach w całej Polsce. Jego głównym celem jest promowanie wśród studentów tematyki działalności studenckiej, wiedzy ekonomicznej, kompetencji cyfrowych i efektów kształcenia.

Jednym z elementów projektu jest kampania informacyjno-edukacyjna prowadzona w ramach OFMA we współpracy z mediami akademickimi. W 2019 r. „Aktywny Student” to m.in.:

- specjalne wydania audycji radiowych w rozgłośniach akademickich
- materiały edukacyjne w prasie i portalach studenckich
- wizyty studyjne dla dziennikarzy studenckich
- konkurs grantowy dla redakcji akademickich z pulą nagród 15.000 zł
- drukowany biuletyn dystrybuowany bezpłatnie na uczelniach (nakład: 10.000 egz.)

AKTYWNY
STUDENT

W ramach:



We współpracy z:

Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Zaangażowanie społeczne na studiach — samorząd i organizacje studenckie

► **Bartłomiej Majewski** – Ogólnopolskie Forum Mediów Akademickich

Do stwierdzenia, że samo studiowanie to za mało nie trzeba już nikogo przekonywać. Liczba studentów oraz masowość samych studiów wymuszają podejmowanie dodatkowych aktywności, które pozwolą im się wyróżnić na rynku pracy lub zdobyć nowe umiejętności. Najlepszym do tego miejscem są niezwykle liczne organizacje studenckie w tym organy samorządu studenckiego.

Kiedy jak nie na studiach mamy czas na odkrywanie swoich pasji, fascynacji i miejsc prawdziwego zaangażowania. Nie trzeba zbyt daleko szukać, żeby odnaleźć ludzi, którzy wspólnymi siłami tworzą i realizują, nierzadko z olbrzymimi sukcesami, mnóstwo świetnych inicjatyw współtworzących to, co finalnie mogą nazwać swoją uczelnią. Takie doświadczenia zostają na lata i owocują jeszcze długo po zakończeniu studenckiej przygody.

Żeby nie szukać za daleko, każdy student znajdzie coś dla siebie, chociażby rozglądając się po wydziałowych gablotach. Na początku roku akademickiego wszystkie tablice, również te internetowe, uginają się pod ciężarem ogłoszeń kół naukowych, studenckich stowarzyszeń, czy też organów samorządu studenckiego. Każde z nich pełni inne role i zmierza do realizacji innych celów, niemniej łączy je wspólna cecha, czyli wyraźne zaangażowanie naukowe i społeczne swoich członków.

Koła naukowe to zdecydowanie najliczniejsze organizacje studenckie nastawione przede wszystkim na działalność stricte naukową, w tym na organizację tematycznych konferencji. Każdy wydział ma co najmniej kilka zajmujących się najróżniejszym spectrum spraw. Od kół naukowych zajmujących się prawem sportowym po propagujące inżynierię programowania. Jeżeli ktoś marzy o karierze naukowca i planuje pozostanie na uczelni, nie ma lepszego miejsca na zdobycie pierwszych doświadczeń.

Samorząd studencki, a precyzyjnie jego organy, to najbardziej specyficzne organizacje studenckie, bo i ich rola jest zupełnie inna. Organy samorządu funkcjonują jako swoisty „związek zawodowy” studentów, którego głównym zadaniem jest obrona praw wszystkich żaków. To samorząd ma przykładowo obowiązek powiadomić władze uczelni o niepokojącym zachowaniu prowadzących zajęcia, bierze też udział w ustalaniu stawki stypendiów, czy cen w akademikach. No i oczywiście najczęściej odpowiada za organizację juwenaliów. Samorząd studencki to miejsce dla ludzi widzących się w roli liderów nierzadko o politycznym zacięciu. Nie boicie się dyskutować i walczyć o swoje, to miejsce z pewnością dla was.

Inne organizacje studenckie to niezwykle pojemny katalog wszelkich możliwych zespołów, fundacji, stowarzyszeń funkcjonujących w symbiozie z samą uczelnią. Organizacje absolwentów, międzynarodowe stowarzyszenia prawnicze, organizacje odpowiedzialne za studenckie wymiany międzynarodowe, media studenckie, sekcje sportowe, chóry akademickie i wiele więcej. Na studiach naprawdę jest co robić poza samym studiowaniem, wystarczy chwilę poszukać.